

Examen diagnóstico

Escribe aquí tu texto.

Correo *

241u0196@alumno.itssat.edu.mx

Nombre *

Emmily Isabella García Sinta

Responde correctamente a lo que se te indica

1 . De acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles, ¿cuál es la sociedad mercantil en la que los socios responden de forma ilimitada, subsidiaria y solidaria de las deudas sociales? * 1 punto

- ☒ Sociedad en Comandita Simple
- ☐ Sociedad Anonima
- ☐ sociedad de Responsabilidad Limitada
- ☐ Sociedad en Nombre colectivo

2. ¿Qué tipo de acto jurídico se considera mercantil en México? *

1 punto

- ☐ Donación de Bienes entre familiares
- ☐ El arrendamiento de bienes
- ☐ La Compra Venta de un Inmueble
- ☒ La Compra de insumos para la transformación y venta

3. En el marco de la Ley de Títulos y Operaciones de Crédito, ¿qué característica principal distingue a un pagaré?

* 1 punto

- ☒ La Promesa Incondicional de Pago
- ☐ El Pago depende de una condición futura
- ☐ Se requiere la firma de tres personas
- ☐ Es una orden de pago girada por una persona a otra

4. ¿Qué procedimiento legal se inicia cuando una empresa mexicana incumple generalizadamente con sus obligaciones de pago, afectando a múltiples acreedores?

* 1 punto

- ☐ Mediación civil
- ☒ Quiebra o Concurso Mercantil
- ☐ Juicio Mercantil Ordinario

5. En materia de contratos mercantiles, ¿qué principio fundamental rige la formación y validez de estos acuerdos? * 1 punto

- ☐ El principio de unilateralidad
- ☐ El principio de solemnidad
- ☒ El principio de buena fe

Este formulario se creó en INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA.

Google Formularios

LISTA DE COTEJO PARA INVESTIGACION DOCUMENTAL

DATOS GENERALES			
Nombre del(a) alumno(a): EMMILY ISABELLA GARCÍA SINTA			
GRUPO:	305 A	CARRERA:	LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA	NOMBRE DEL CURSO: DERECHO EMPRESARIAL
NOMBRE DEL DOCENTE: MCJYS JOSE LUIS VAZQUEZ TOTO	FIRMA DEL DOCENTE

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN		
PRODUCTO: INVESTIGACION	02-09-2025	PERIODO ESCOLAR: AGOSTO -DIC. 2025

INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN			
<p>Revisar las actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" escriba indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.</p>			

VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
2%	Presentación El trabajo cumple con los requisitos de: a. Buena presentación	X		
1%	b. Introducción	X		
1%	c. Ortografía	X		
1%	d. Desarrollo coherente del tema	X		
1%	e. citar fuentes de información	X		
1%	Enfoque: buscar información para dar respuestas satisfactorias a cuestionamientos sobre fenómenos, estudiar profundamente un problema a fin de obtener datos suficientes que permitan hacer ciertas proyecciones.	X		
1%	Elaboración: Debe partir de una selección adecuada de la información	X		
2%	Responsabilidad: Entregó la investigación documental en la fecha y hora señalada.	X		
10%	CALIFICACIÓN	10%		

La empresa mercantil

D M A

Scribe

La empresa mercantil puede definirse como una unidad económica y jurídica organizada por un empresario o sociedad para realizar actos de comercio con fines de lucro. Su razón de ser es participar en el mercado ofreciendo productos o servicios a cambio de una contraprestación.

El código de comercio mexicano establece que las empresas mercantiles se integran por un conjunto de bienes organizados por el comerciante para realizar los fines de la actividad comercial. Esto implica que la empresa no solo está constituida por el capital o los bienes materiales, sino también por la organización del trabajo, el personal y la coordinación de recursos.

• Naturaleza de la empresa mercantil

Se puede analizar de 2 formas ↓

- Económica

La empresa mercantil es un agente económico que combina recursos productivos (capital, trabajo, tecnología)

- Jurídica

La empresa mercantil está regulada por el derecho mercantil, que le otorga personalidad jurídica.

• Personalidad jurídica

Puede actuar como sujeto de derechos y obligaciones, ya sea como persona física con actividad empresarial o como sociedad mercantil.

• Riesgo empresarial

El empresario o los socios asumen riesgos económicos y jurídicos relacionados con las operaciones de la empresa.

• Regulación legal

Está sujeta al código de comercio, a la Ley General de sociedades mercantiles y la Ley Federal de trabajo etc.

• Actividad continua

La empresa mercantil realiza operaciones de manera permanente y sistemática, no de forma aislada.

• Participación en el mercado

Compete con otras empresas para posicionarse, atraer clientes y crecer dentro de la economía.

En conclusión, la empresa mercantil constituye una institución clave para la economía y el derecho. Su importancia radica en que no solo genera productos y servicios, sino que también crea empleos, impulsa la innovación y contribuye al desarrollo económico de un país.

LISTA DE COTEJO PARA MAPA CONCEPTUAL

DATOS GENERALES			
Nombre del(a) alumno(a): EMMILY ISABELLA GARCÍA SINTA			
GRUPO:	305 A	CARRERA:	LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA	NOMBRE DEL CURSO: DERECHO EMPRESARIAL
NOMBRE DEL DOCENTE: MCJYS. JOSE LUIS VAZQUEZ TOTO	FIRMA DEL DOCENTE

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN		
PRODUCTO: MAPA CONCEPTUAL	FECHA: 02/09/2025	PERIODO ESCOLAR: AGOSTO – DIC 2025

INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN				
Revisar las actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados “SI” cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque “NO”. En la columna “OBSERVACIONES” escriba indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.				

VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
5%	Presentación El trabajo cumple con los requisitos de: a. Buena presentación	X		
2%	b. Organización	X		
1%	c. Palabras y dibujos clave	X		
1%	d. Agrupamiento	X		
5%	e. Memoria Visual (colores, símbolos, flechas, grupos de palabras resaltadas)	X		
2%	Enfoque: El mapa contiene el nombre del tema	X		
2%	Elaboración: Debe partir de una palabra o concepto central (en un cuadro u óvalo),	X		
2%	Responsabilidad: Entregó el Mapa Conceptual en la fecha y hora señalada.	X		
20%	CALIFICACIÓN	20%		



CONCEPTO

Rama a del Derecho privado que regula rosto **actos de comercio**.

- Comerciantes
- Relaciones jurídicas derivadas de la actividad



FUENTES DEL DERECHO MERCANTIL

Primarias

- Constitución
- Código de Comercio
- Leyes Mercantiles Especiales (Sociedades Titulares de Crédito Conuros)

Suplementarias

- Derecho Civil
- Usos y costumbres mercantiles, es, jurisprudencia, doctrina



ACTOS DE COMERCIO

- Venta de bienes muebles con fin de lucro
- Operaciones de **comercio**
- Contratos mercantiles (seguros, transportes, cosa,
- Títulos de crédito (cheque, pagare,



NATURALEZA JURIDICA

- Privado privado (entre particulares)
- Inspirado on al **vepl**dea, seguridad y confianza
- Complementa con el Derecho Civil



SUJETOS PRINCIPALES

- **Comerciante individual**
Persona física que realiza actos de comercio habituan
- **Comerciante social**
Sociedades mercantiles (S.A., S. de B.I., etc.)
- **Auxiliares del comercio**
Corredores, agentes dependientes, etc.



CARACTERISTICAS DEL DERECHO MERCANTIL

- Profesionalidad
- Regula actividades **comerciantes**
- Onerosidad
- Velocidad, flexibilidad
- Universalidad, regula el comercio nacional le **internacio-**
- Subleimenntariedad

DERECHO MERCANTIL

GUIA DE OBSERVACIÓN PARA EXPOSICION

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA		NOMBRE DEL CURSO: DERECHO EMPRESARIAL		
NOMBRE DEL DOCENTE: MCJYS. JOSE LUIS VAZQUEZ TOTO		1.7. FUNDAMENTO LEGAL DEL COMERCIO ELECTRONICO		
OBJETIVO DE LA PRÁCTICA: QUE EL ALUMNO COMPRENDA Y ANALICE LAS LEYES EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRONICO				
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
NOMBRE DE LOS ALUMNOS: 1.- <u>EMMILY ISABELLA GARCÍA SINTA</u> 2.- _____ 3.- _____ 4.- _____ 5.- _____	NO. DE CONTROL: 1.- <u>241U0196.</u> 2.- _____ 3.- _____ 4.- _____ 5.- _____	FIRMA DEL ALUMNO: 1.- _____ 2.- _____ 3.- _____ 4.- _____ 5.- _____		
INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN				
Revisar los documentos o actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados "SI" cuando la evidencia a evaluar se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" ocúpela cuando tenga que hacer comentarios referentes a lo observado.				
VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
4%	Dominio del tema (divagaciones, claridad y uso de ejemplos)	X		
4%	Orden y claridad en la exposición	X		
4%	Dominio del auditorio	X		
2%	Material utilizado	X		
4%	Dicción	X		
1%	Manejo del tiempo	X		
1%	Presentación: limpieza y formalidad	X		
20%	CALIFICACIÓN	20%		

DERECHO EMPRESARIAL

FUNDAMENTO LEGAL
DEL



COMERCIO



ELECTRONICO

TABLA DE CONTENIDO

• Concepto.	01
• Importancia del fundamento legal.	02
• Marco legal en Mexico.	03
• Contratos electronicos.	04
• Protección al consumidor en linea.	05
• Protección de datos personales.	06
• Retos del comercio electronico.	07
• Conclusión.	08

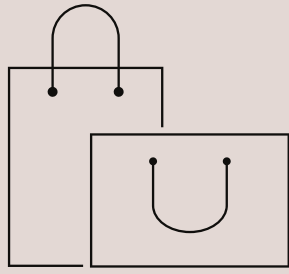
1. Concepto.



El e-commerce o comercio electrónico proporciona una visión integral y gerencial a partir de la cual las empresas buscan estimular el mercado, las inversión y la rentabilidad del negocio, a través de la generación de valor. El comercio electrónico es la compra y venta de bienes y servicios a través de medios digitales.

El comercio electrónico es el proceso de compraventa de bienes y servicios a través de internet. Implica el intercambio de productos o servicios entre empresas, consumidores o ambos. El negocio de comercio electrónico se facilita a través de plataformas como sitios web, aplicaciones móviles o mercados en línea.





2.Importancia.

El comercio electrónico es el método de compra más integrado entre los consumidores a nivel mundial. Se realiza desde distintos dispositivos móviles, en la web, así como en las redes sociales y diversas aplicaciones y plataformas.

A su vez, hay que tener en cuenta el crecimiento que Internet y este tipo de intercambios están viviendo actualmente. Las personas confían cada vez más en esta manera de adquirir productos y servicios; además, se han creado fórmulas de compra que generan confianza entre los usuarios. Por todo esto, las empresas y personas reacias a introducirse en el *e-commerce* pueden padecer la posibilidad de quedarse atrás respecto a sus competidores en el mercado.

*Evita fraude y malas practicas.

*Protege a consumidores y proveedores.

*Garantiza la validez de contratos electronicos.



3. Marco Legal



El marco legal del comercio electrónico en México está compuesto por varias leyes que regulan las transacciones digitales. Entre las principales normas se encuentran:

- **Código de Comercio:** Reconoce la validez de los contratos de comercio electrónico y el uso de mensajes de datos como medios legales.
- **Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC):** Regula las compras en línea, estableciendo derechos como devoluciones, información clara y publicidad veraz.
- **Ley de Firma Electrónica Avanzada:** Define el uso y validez legal de las firmas electrónicas aplicadas a documentos digitales.
- **NOM-151:** Norma oficial mexicana que establece los requisitos para conservar mensajes de datos con autenticidad y no repudio.
- Estas leyes establecen los principios fundamentales para las operaciones de compraventa en línea y la protección de los usuarios en el entorno digital.



4. Contratos Electronicos



Son acuerdos de voluntades entre dos o mas partes (comprador y vendedor, por ejemplo) realizados a traves de medios electronicos (correo electronico, pagina web, app, plataformas digitales)

Se reconoce como equivalentes a los contratos en papel.

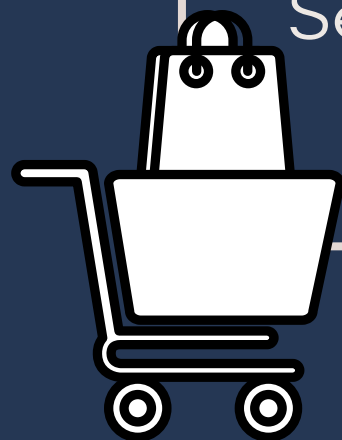
Deben cumplir:

- *Consentimiento de las partes.

- *Objetivo licito.

- *Manifestacion de la voluntad (firma electronica).

Se reconocen como equivalentes a los contratos en papel, siempre que cumplan con los requisitos legales tradicionales.



5. Protección al consumidor.



La Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) establece obligaciones específicas para los proveedores de bienes y servicios en línea. Algunas de las disposiciones más importantes incluyen:

- Transparencia en la información: Las empresas deben proporcionar información clara y veraz sobre los productos o servicios que ofrecen, incluyendo precios, características y condiciones de compra.
-
- Derecho de retracto: Los consumidores pueden cancelar compras en línea en un período determinado, con derecho a reembolso si el producto no cumple con las especificaciones anunciadas.
-
- Publicidad veraz y sin engaños: Se prohíbe la publicidad engañosa o que induzca a error a los consumidores respecto a los productos ofrecidos.
-
- Mecanismos de resolución de controversias: Las empresas deben ofrecer canales eficientes para atender quejas y reclamaciones de los consumidores.



6. Protección de datos personales.

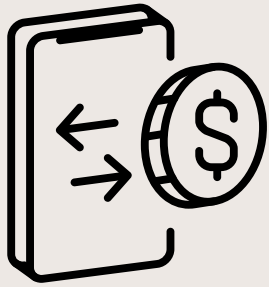


En el comercio electrónico, la recopilación y procesamiento de datos personales es un tema clave. La Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares (LFPDPPP) regula la forma en que las empresas deben manejar la información de sus clientes. Algunas de sus disposiciones más relevantes incluyen:

- Obligación de informar: Las empresas deben notificar a los usuarios sobre el uso que darán a sus datos personales mediante avisos de privacidad.
-
- Consentimiento del usuario: Se requiere la autorización expresa de los clientes para recopilar y procesar su información personal.
-
- Medidas de seguridad: Se deben implementar mecanismos para proteger la información contra accesos no autorizados o filtraciones.
-
- Derechos ARCO: Los usuarios tienen derecho a Acceder, Rectificar, Cancelar y Oponerse al tratamiento de sus datos personales.



7. Retos de Comercio Electronico



Son desafios o obtaculos que deben enfrentar las empresas, consumidores y las autoridades para que las transacciones digitales sean seguras, confiables, legales y eficientes.

CARACTERISTICAS:

- *Surguen porque el comercio electronico ocurre en un entorno digital que cambia constantemente.
- *Se relaciona con tecnologias, leyes, seguridad, confianza, y globalizacion.
- *No son problemas permanentemente, sino desafios que deben resolverse o mejorarse con estrategias, regulaciones y nuevas tecnologias.



CONCLUSIÓN

El comercio electrónico en México está regulado por diversas leyes que buscan garantizar un entorno seguro y equitativo para consumidores y empresas.

Desde la protección de datos personales hasta la regulación de métodos de pago y obligaciones fiscales, estas normativas buscan fomentar la confianza en el comercio digital y prevenir fraudes y abusos.

Con el crecimiento del comercio electrónico en el país, es fundamental que tanto vendedores como compradores conozcan sus derechos y obligaciones para operar de manera segura y eficiente en el mercado digital.



MUCHAS GRACIAS!!

Noelia Roman Seba
305-A



EXAMEN UNIDAD I

DERECHO EMPRESARIAL

Se ha registrado el correo del encuestado (241u0196@alumno.itssat.edu.mx) al enviar este formulario.

Nombre: *

Emmily Isabella García Sinta

Grupo *

305 A

1.-Es la rama de derecho privado que regula las relaciones de los individuos que ejecutan actos de comercio o que tienen carácter de comerciantes

- ☐ Derecho Social
- ☐ Derecho Empresarial
- ☒ Derecho Mercantil
- ☐ Derecho Laboral

2.- Son las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria

- ☐ Empresario
- ☒ Comerciante
- ☐ Persona física
- ☐ Persona Moral

3.- Son los derecho y obligaciones del comerciante

- ☐ Estar inscrito en el SIEM
- ☒ Llevar la contabilidad y preservar la correspondencia
- ☐ Estar inscrito al SAT
- ☐ Tener un local comercial

4. Son aquellos actos jurídicos celebrados por personas físicas o morales, comerciantes o no, que produzcan efectos jurídicos regulados por el derecho mercantil.

- ☐ Empresario
- ☐ Comerciante
- ☒ Actos de comercio
- ☐ Compra-venta

5.- De acuerdo con el Código de comercio, se señala casuísticamente una serie de actos a los que les otorga ese carácter, siendo así su fundamento legal.

- ☐ Artículo 3
- ☐ Artículo 1
- ☐ Artículo 16
- ☒ Artículo 75

6.- Es el conjunto de cosas y derechos combinados para obtener y ofrecer al público bienes o servicios, sistemáticamente o con propósito de lucro.

- ☐ El comercio
- ☐ La Matriz
- ☒ La empresa mercantil
- ☐ La sucursal

7.- La propiedad industrial, derechos de autor, el derecho al arrendamiento, la clientela y el aviamiento o avío, el personal, son los elementos:

- ☐ De la empresa
- ☐ Corporeos
- ☒ Incorporeos
- ☐ Elementos constitutivos

8.- Las mercancías, las materias primas, la maquinaria, los equipos, muebles y los en seres, son los:

- ☐ Elementos objetivos
- ☐ Elementos Subjetivos
- ☒ Elementos corporales
- ☐ Elementos de la empresa

9.- Es conocido como e-commerce, tiene como principal característica la actividad económica que permite el comercio de compra y venta de productos y servicios a partir de medios digitales

- ☐ Comercio
- ☐ Ventas online
- ☒ Comercio electrónico
- ☐ Comerciantes

10.- La Ley Federal de Telecomunicaciones, la Ley Federal de Protección al Consumidor, el Código de Comercio, el Código Civil Federal, el Código Fiscal de la Federación, la Ley Federal del Derecho de Autor y la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, es el denominado:

- ☐ Conjunto de leyes
- ☐ Fundamentos jurídico
- ☐ Leyes aplicables
- ☒ Fundamento jurídico del comercio electrónico

Google Formularios

LISTA DE COTEJO PARA INVESTIGACION DOCUMENTAL

DATOS GENERALES			
Nombre del(a) alumno(a): CRISTIAN GERARDO COBAXIN VILLASEÑOR			
GRUPO:	305 A	CARRERA:	LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA	NOMBRE DEL CURSO: DERECHO EMPRESARIAL
NOMBRE DEL DOCENTE: MCJYS JOSE LUIS VAZQUEZ TOTO	FIRMA DEL DOCENTE

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN		
PRODUCTO: INVESTIGACION	02-09-2025	PERIODO ESCOLAR: AGOSTO -DIC. 2025

INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN			
<p>Revisar las actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" escriba indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.</p>			

VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
2%	Presentación El trabajo cumple con los requisitos de: a. Buena presentación	X		
1%	b. Introducción	X		
1%	c. Ortografía	X		
1%	d. Desarrollo coherente del tema	X		
1%	e. citar fuentes de información	X		
1%	Enfoque: buscar información para dar respuestas satisfactorias a cuestionamientos sobre fenómenos, estudiar profundamente un problema a fin de obtener datos suficientes que permitan hacer ciertas proyecciones.	X		
1%	Elaboración: Debe partir de una selección adecuada de la información	X		
2%	Responsabilidad: Entregó la investigación documental en la fecha y hora señalada.	X		
10%	CALIFICACIÓN	10%		

08 09 25

"Derecho Mercantil"

Parte del derecho privado que tiene como objetivo regular el intercambio de bienes y servicios entre privados, es decir, los actos comerciales y sus implicaciones jurídicas, para garantizar que cumplan siempre con lo establecido en la ley.

Marco legal del D.M.

En México, los actos de comercio son regulados por el código de comercio y demás leyes mercantiles y a falta de disposiciones en estas leyes, serán aplicadas las disposiciones contenidas en el Código Civil Federal.

Algunas de estas leyes mercantiles son:

- ✓ Ley General de Sociedades Mercantiles
- ✓ Ley de Comercio Exterior
- ✓ Ley general de Títulos y Operaciones de Crédito
- ✓ Ley de Concursos Mercantiles
- ✓ Ley de Instituciones de Crédito
- ✓ Ley Sobre el Contrato de Seguro

LISTA DE COTEJO PARA MAPA CONCEPTUAL

DATOS GENERALES			
Nombre del(a) alumno(a): CRISTIAN GERARDO COBAXIN VILLASEÑOR			
GRUPO:	305 A	CARRERA:	LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA		NOMBRE DEL CURSO: DERECHO EMPRESARIAL		
NOMBRE DEL DOCENTE: MCJYS. JOSE LUIS VAZQUEZ TOTO		FIRMA DEL DOCENTE		
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
PRODUCTO: MAPA CONCEPTUAL		FECHA: 02/09/2025	PERIODO ESCOLAR: AGOSTO – DIC 2025	
INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN				
Revisar las actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados “SI” cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque “NO”. En la columna “OBSERVACIONES” escriba indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.				
VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
5%	Presentación El trabajo cumple con los requisitos de: a. Buena presentación	X		
2%	b. Organización	X		
1%	c. Palabras y dibujos clave	X		
1%	d. Agrupamiento	X		
5%	e. Memoria Visual (colores, símbolos, flechas, grupos de palabras resaltadas)	X		
2%	Enfoque: El mapa contiene el nombre del tema	X		
2%	Elaboración: Debe partir de una palabra o concepto central (en un cuadro u óvalo),	X		
2%	Responsabilidad: Entregó el Mapa Conceptual en la fecha y hora señalada.	X		
20%	CALIFICACIÓN	20%		

Derecho Mercantil

Definición

rama del derecho que regula las relaciones jurídicas entre los comerciantes y las empresas en el ámbito de comercio.

Objetivo

Proteger los intereses de los comerciantes y las empresas y garantizar la seguridad y la estabilidad del mercado.

Fuentes del Derecho M.

- **Leyes y Reglamentos**
regulan el comercio y las actividades mercantiles.
- **Contratos y Convenios**
Partes que regulan las relaciones comerciales
- **Jurisprudencia**
Interpretación y aplicación de las leyes y reglamentos por parte de los tribunales y jueces.

Conceptos Claves

Comerciante

Persona física y jurídica que se dedica al comercio de bienes o servicios

Empresa

Se dedica a la producción y comercialización de bienes y servicios

Contrato Mercantil

Auerdo entre partes que regula una relación comercial

Norma

GUIA DE OBSERVACIÓN PARA EXPOSICION

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA		NOMBRE DEL CURSO: DERECHO EMPRESARIAL		
NOMBRE DEL DOCENTE: MCJYS. JOSE LUIS VAZQUEZ TOTO		1.7. FUNDAMENTO LEGAL DEL COMERCIO ELECTRONICO		
OBJETIVO DE LA PRÁCTICA: QUE EL ALUMNO COMPREnda Y ANALICE LAS LEYES EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRONICO				
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
NOMBRE DE LOS ALUMNOS: 1.- <u>CRISTIAN GERARDO COBAXIN VILLASEÑOR</u> 2.- _____ 3.- _____ 4.- _____ 5.- _____	NO. DE CONTROL: 1.- <u>241U0627.</u> 2.- _____ 3.- _____ 4.- _____ 5.- _____	FIRMA DEL ALUMNO: 1.- _____ 2.- _____ 3.- _____ 4.- _____ 5.- _____		
INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN				
Revisar los documentos o actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados "SI" cuando la evidencia a evaluar se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" ocúpela cuando tenga que hacer comentarios referentes a lo observado.				
VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
4%	Dominio del tema (divagaciones, claridad y uso de ejemplos)	X		
4%	Orden y claridad en la exposición	X		
4%	Dominio del auditorio	X		
2%	Material utilizado	X		
4%	Dicción	X		
1%	Manejo del tiempo	X		
1%	Presentación: limpieza y formalidad	X		
20%	CALIFICACIÓN	20%		



FUNDAMENTO LEGAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO



INTEGRANTES

Moisés Caporal Pérez

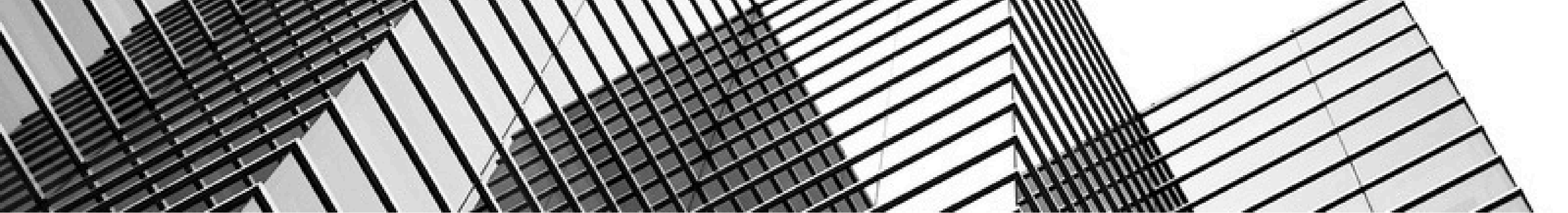
Danna Patricia Chontal Arres

José Ángel Morisco López

Cristian Gerardo Cobaxin Villaseñor

Valeria Anel Figueroa Pérez





¿QUE ES EL COMERCIO ELECTRÓNICO?

Se refiere a la compra y venta de bienes y servicios a través de Internet. Esto puede incluir transacciones entre empresas, entre empresas y consumidores, o entre consumidores.



JURISDICCIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

En el comercio electrónico mundial existen tres áreas de protección: nacional, intracomunitario e internacional. Con el fin de tener un derecho uniforme del comercio electrónico internacional, se elabora en 1996 la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico. Es el primer gran texto jurídico que formula las bases y limitaciones del ecommerce, a partir de ahí, cada territorio elabora su jurisdicción.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO



BENEFICIOS PARA LOS VENDEDORES

- Reducción de costes de distribución, comunicación y precio final.
- Facilita que cualquier persona pueda tener un pequeño negocio. Los costes de apertura y mantenimiento son inferiores al comercio offline tradicional.
- Mercado global: ofrece la posibilidad de acercarse a consumidores de cualquier lugar del mundo y abrirse a nuevos mercados de manera más sencilla.

INCONVENIENTES PARA VENDEDORES

- Falta de conocimientos técnicos:

Para desarrollar un ecommerce, es necesario un equipo técnico que programe y diseñe la plataforma. Es necesario una mejora constante de la experiencia de usuario, el posicionamiento web, promoción y la actualización de la información. En muchas ocasiones, cuesta encontrar profesionales que lo lleven a cabo.

- Competencia más elevada:

Vender por internet significa competir con los grandes players del sector, y eso implica que hay que estar muy diferenciado o bajar los precios tanto como ellos. Para un pequeño ecommerce, puede que no compense entrar en un mercado tan amplio.

- Gastos de envío elevados:

Si es el vendedor el que asume estos costes, en muchas ocasiones, supone una cantidad elevada y reduce los márgenes de beneficio cuantiosamente.

BENEFICIOS PARA LOS CONSUMIDORES

- Flexibilidad. Ya que ofrece la posibilidad de compra las 24 horas del día y en cualquier lugar del mundo sin salir de la web.
- Posibilidad de personalización de productos y acceso a una mayor oferta de los mismos.
- Mayor acceso a información de los productos, comparación de precios, opiniones de otros consumidores...

INCONVENIENTES PARA CONSUMIDORES

- Riesgo más alto de insatisfacción: Ya que no se pueden ver ni probar los productos antes de la compra. Los métodos y garantías de devolución tienden a ser menos claros que en tiendas físicas.
- Riesgo más alto de estafa en los métodos de pago: Existe una gran desconfianza a ceder datos bancarios y personales a través de internet, debido a los múltiples engaños que se pueden producir.
- Dificultades en la comunicación para transmitir una queja o una incidencia: Los formularios de contacto pueden quedar en el olvido o no hay una persona física a quien dirigirse para estos trámites

CONCEPTO DEL COMERCIO ELECTRONICO

El comercio electrónico es toda transacción de bienes, servicios o información que se lleva a cabo a través de medios electrónicos, principalmente Internet. Implica contratos, pagos, publicidad y comunicación digital entre empresas, clientes o incluso gobiernos.

FUNDAMENTOS LEGAL EN MEXICO

Código de Comercio

- Reconoce la validez de los mensajes de datos y documentos electrónicos como equivalentes a los documentos físicos.
- Establece que los contratos celebrados electrónicamente tienen la misma validez que los realizados de manera tradicional

LEY DE FIRMA ELECTRONICA AVANSADA (2012)

- Regula el uso de la firma electrónica como un medio de identificación personal y de validación de documentos digitales.
- Garantiza autenticidad, integridad y no repudio de los mensajes de datos.

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

- Protege los derechos de los consumidores en transacciones electrónicas.
- Obliga a los proveedores a proporcionar información clara sobre productos, precios y condiciones de compra.

Reglamentos de la Profeco

- Supervisan la transparencia de las operaciones en línea.
- Permiten denunciar prácticas abusivas, fraudes o incumplimiento de garantías.

CARACTERISTICAS DEL COMERCIO ELECTRONICO

-
-
-

1. Ocorre en el entorno virtual

Operaciones en e-commerces y marketplaces.

No requiere infraestructura física.

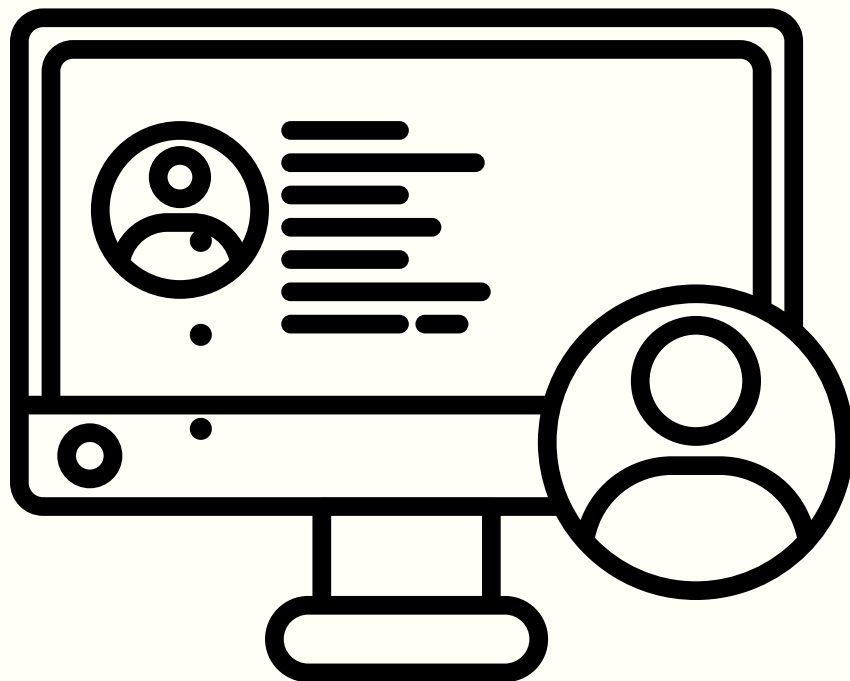
Reduce gastos de alquiler y mantenimiento.

2. Base de datos actualizada

Información transparente y en tiempo real.

Servidores que registran datos automáticamente.

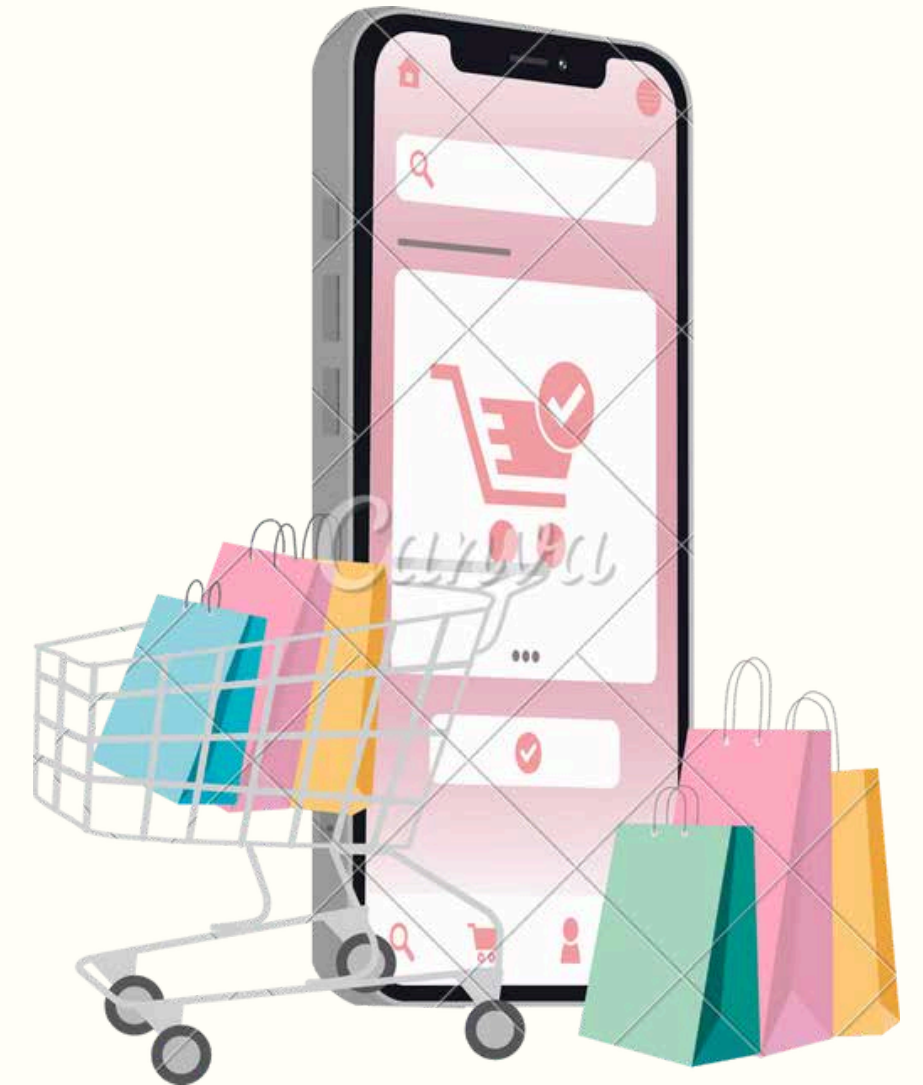
Evita errores manuales y retrabajos.





3. Experiencia del cliente

- Navegabilidad: acceso rápido a páginas.
- Usabilidad: organización clara.
- Intuitividad: simplicidad en el uso.
- Compra segura: proceso sin inconvenientes.



4. Múltiples medios de comunicación

- Canales de contacto adaptados al público.
- Redes sociales y chats con IA.
- Comunicación rápida y accesible.

5. Adaptación a diferentes públicos

Usuarios desde jóvenes hasta adultos mayores
Operaciones fáciles, rápidas y seguras.

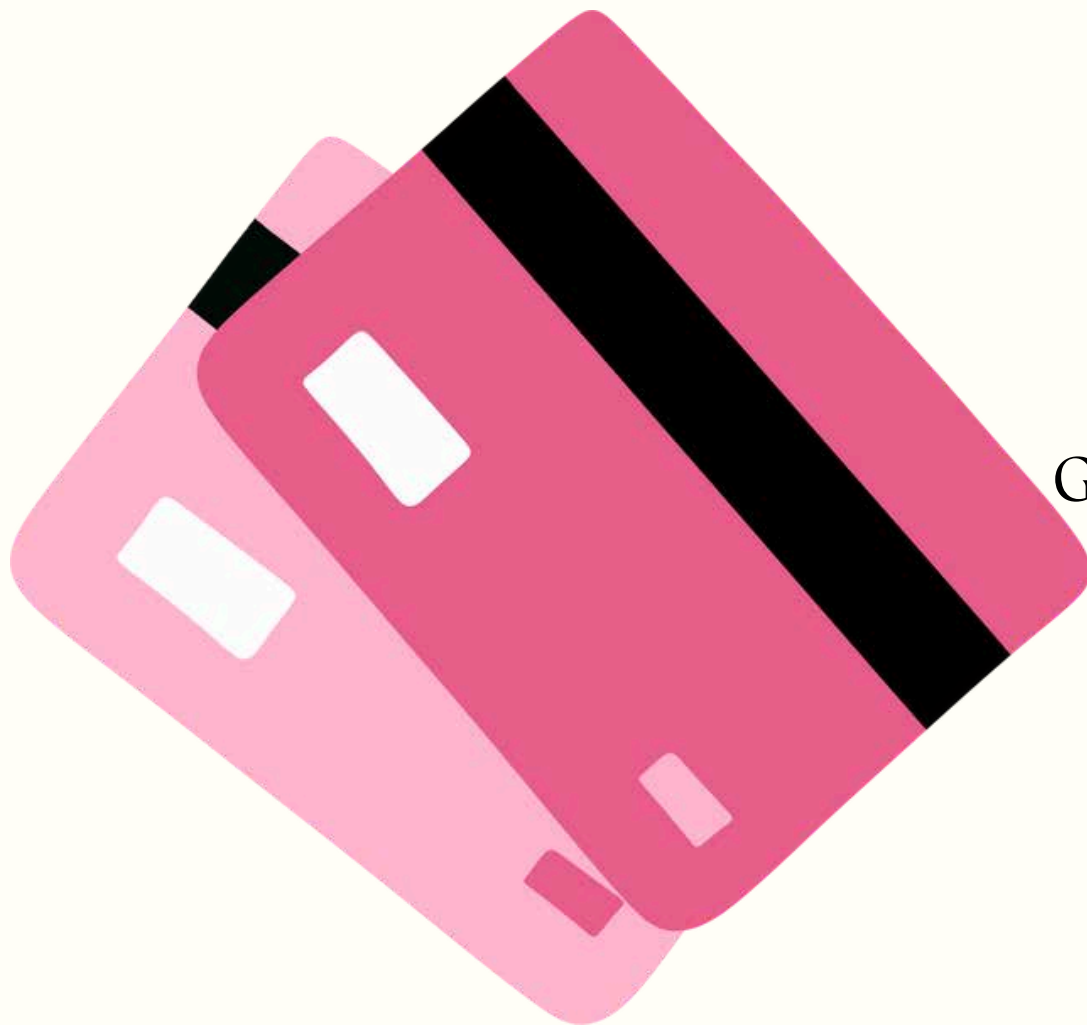


6. Diversidad de medios de pago

Tarjetas de crédito y débito.

Transferencias bancarias.

Generalmente no efectivo, pero múltiples opciones digitales.



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL FUNDAMENTO LEGAL?

IMPORTANCIA

1. Seguridad y confianza:

El marco legal brinda certeza a los consumidores y a las empresas, garantizando que las transacciones electrónicas tengan la misma validez que las físicas, evitando fraudes o incumplimientos.

2. Protección al consumidor:

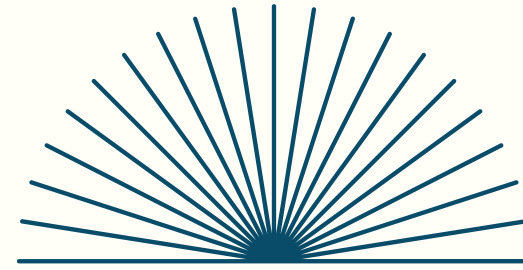
Las leyes establecen derechos y obligaciones, asegurando prácticas justas, protección de datos personales y mecanismos de reclamación en caso de conflictos.

3. Reconocimiento jurídico de contratos electrónicos:

Define como tributar las operaciones en línea, evitando la evasión y asegurando un sistema económico equilibrado.

CONCLUSIONES

El fundamento legal del comercio electrónico constituye la base que garantiza la seguridad, legitimidad y confianza en las transacciones digitales. Gracias a los marcos normativos nacionales e internacionales, se establecen reglas claras que protegen tanto a los consumidores como a los proveedores, regulando aspectos como la validez jurídica de los contratos electrónicos, la protección de datos personales, la propiedad intelectual y los derechos del consumidor. En este sentido, la existencia de un marco jurídico sólido no solo fomenta la competitividad y el desarrollo económico, sino que también impulsa la innovación tecnológica y la integración de los mercados globales. Por lo tanto, comprender y aplicar el fundamento legal del comercio electrónico es indispensable para asegurar un entorno digital transparente, equitativo y confiable en la economía actual.



Thank you

EXAMEN UNIDAD I

DERECHO EMPRESARIAL

Se ha registrado el correo del encuestado (**241u0627@alumno.itssat.edu.mx**) al enviar este formulario.

Nombre: *

Cristian Gerardo

Grupo *

305 A

1.-Es la rama de derecho privado que regula las relaciones de los individuos que ejecutan actos de comercio o que tienen carácter de comerciantes

- ☐ Derecho Social
- ☐ Derecho Empresarial
- ☒ Derecho Mercantil
- ☐ Derecho Laboral

2.- Son las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria

- ☐ Empresario
- ☒ Comerciante
- ☐ Persona física
- ☐ Persona Moral

3.- Son los derecho y obligaciones del comerciante

- ☐ Estar inscrito en el SIEM
- ☐ Llevar la contabilidad y preservar la correspondencia
- ☒ Estar inscrito al SAT
- ☐ Tener un local comercial

4. Son aquellos actos jurídicos celebrados por personas físicas o morales, comerciantes o no, que produzcan efectos jurídicos regulados por el derecho mercantil.

- ☐ Empresario
- ☐ Comerciante
- ☒ Actos de comercio
- ☐ Compra-venta

5.- De acuerdo con el Código de comercio, se señala casuísticamente una serie de actos a los que les otorga ese carácter, siendo así su fundamento legal.

- ☐ Artículo 3
- ☐ Artículo 1
- ☐ Artículo 16
- ☒ Artículo 75

6.- Es el conjunto de cosas y derechos combinados para obtener y ofrecer al público bienes o servicios, sistemáticamente o con propósito de lucro.

- ☐ El comercio
- ☐ La Matriz
- ☒ La empresa mercantil
- ☐ La sucursal

7.- La propiedad industrial, derechos de autor, el derecho al arrendamiento, la clientela y el aviamiento o avío, el personal, son los elementos:

- ☒ De la empresa
- ☐ Corporeos
- ☐ Incorporeos
- ☐ Elementos constitutivos

8.- Las mercancías, las materias primas, la maquinaria, los equipos, muebles y los en seres, son los:

- ☐ Elementos objetivos
- ☐ Elementos Subjetivos
- ☐ Elementos corporales
- ☒ Elementos de la empresa

9.- Es conocido como e-commerce, tiene como principal característica la actividad económica que permite el comercio de compra y venta de productos y servicios a partir de medios digitales

- ☐ Comercio
- ☐ Ventas online
- ☒ Comercio electrónico
- ☐ Comerciantes

10.- La Ley Federal de Telecomunicaciones, la Ley Federal de Protección al Consumidor, el Código de Comercio, el Código Civil Federal, el Código Fiscal de la Federación, la Ley Federal del Derecho de Autor y la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, es el denominado:

- ☐ Conjunto de leyes
- ☐ Fundamentos jurídico
- ☐ Leyes aplicables
- ☒ Fundamento jurídico del comercio electrónico

Google Formularios