

ASGARDIA

PARLIAMENT



Ley de Comercio Electrónico de Asgardia

Tercera lectura

Versión: 0007 (10.08. 2023)

Principios básicos

En Asgardia la mayor parte del comercio se realizará por medios electrónicos digitales. Asgardia entabla relaciones con otras naciones principalmente a través del comercio electrónico. El propósito de la presente ley es establecer un marco que garantice:

1. Comercio electrónico justo, eficiente, no discriminatorio e informado entre la Tierra y Asgardia.
2. Políticas que promuevan la confianza de los consumidores, de las empresas y del mercado.
3. Un marco similar al de la Ley Modelo de Comercio Electrónico de las Naciones Unidas.
4. Transparencia, sostenibilidad y adaptabilidad para fomentar entornos empresariales productivos y el crecimiento económico.

Artículos

1. Aplicación en el comercio electrónico

1.1. La presente Ley se aplica a cualquier proceso que implique actividades comerciales que utilicen comunicaciones de datos electrónicos digitales a través de métodos que permitan leer, aceptar, transmitir, almacenar o recibir dichas comunicaciones.

1.2 La presente disposición no anula ninguna norma jurídica destinada a proteger a los consumidores.

1.3 La presente disposición no anula ninguna norma jurídica de los distintos países, Estados o naciones que puedan imponer limitaciones o condiciones adicionales a las transacciones de comercio electrónico realizadas dentro de sus fronteras, independientemente de dónde se haya iniciado la transacción.

1.4 Se entenderá que el término "comercial" abarca las cuestiones derivadas de todas las relaciones de carácter comercial, ya sean contractuales o implícitas. Las relaciones de naturaleza comercial pueden incluir, entre otras:

a) cualquier transacción comercial para el suministro o intercambio de bienes o servicios;

b) los acuerdos de distribución;

c) la representación o agencia comercial involucrada en el manejo de datos, la manufactura, el alquiler, la construcción, la consultoría, la ingeniería, la concesión de licencias, la seguridad, las inversiones; las transacciones financieras; la indemnización; los acuerdos de explotación o concesiones; las empresas conjuntas y otras cooperaciones empresariales; el transporte de mercancías o el transporte espacial, aéreo, marítimo, ferroviario o por carretera, ya sea por medios electrónicos o físicos.

2. Comunicaciones en el comercio electrónico

2.1. Todas las cuestiones relativas a las transacciones electrónicas se rigen por los medios normativos, acordados o implícitos, por todos los agentes que participan en dicho marketing.

2.2. Todas las comunicaciones electrónicas tendrán los mismos derechos y privilegios que las comunicaciones escritas y deberán tener un significado y un entendimiento transparente y directo entre las partes. La presente disposición incluye las firmas electrónicas.

2.3. En los casos en que se cuestione el origen de las comunicaciones de comercio electrónico, las transacciones deberán seguir unas normas de gestión a nivel internacional mutuamente respetadas, a menos que las Leyes de Asgardia especifiquen lo contrario.

2.4. Ninguna transacción o comunicación violará las protecciones de las Leyes de Asgardia.

3. Participación en el comercio electrónico

3.1. Todos los asgardianos que participen en el comercio electrónico deben respetar y seguir las leyes, códigos, acuerdos o tratados de todas las partes que participen en el comercio electrónico.

4. El Ministro de Tratado y Comercio - el Ministro - establecerá una Política de Comercio Electrónico de Asgardia.

4.1. Dicha política debe incluir sistemas de administración e implementación adecuados al marco temporal.

4.2. Dicha política podrá incluir agencias, organizaciones, asignación de tareas, tasas o cualquier otra medida necesaria para su implementación y gestión.

4.3. Con la aprobación del Ministerio de Tratado y Comercio, la Política Comercial de Asgardia puede implementarse a través de códigos, normas, acuerdos contractuales u otras agencias dentro del Reino Espacial de Asgardia.

4.4. Dicha política debe mantenerse dentro del ámbito de la Constitución de Asgardia.

5. Envío de mensajes con datos en el comercio electrónico

5.1. Por envío de mensajes con datos se entenderá la información generada, enviada, recibida o almacenada por medios electrónicos, magnéticos, ópticos, de voz o similares. Dicha información se considerará original y aceptada a todos los efectos necesarios, salvo que pueda determinarse razonablemente que ha sido alterada por terceros ajenos a aquellos para quienes se generó la información.

5.2. Los mensajes electrónicos auténticos con datos se considerarán legalmente válidos y contractualmente ejecutables.

6. Retención de los mensajes con datos en el comercio electrónico

6.1. Cuando la ley exija guardar determinados documentos, registros o información, dicho requisito se cumplirá mediante la retención de mensajes con datos, siempre que se cumplan las siguientes condiciones:

a) la información sea accesible para su ulterior consulta; y

b) el mensaje con datos se guarde en el formato en que se generó, envió o recibió, o en una forma que pueda demostrarse como representación exacta de la versión original de la comunicación; y

c) dicho mensaje identifique su origen, destino, fecha y hora en que fue enviado o recibido.

6.2. Una persona podrá satisfacer el requisito mencionado en el apartado (6.1) utilizando los servicios de cualquier otra persona, siempre que se cumplan las condiciones descritas en los puntos (a), (b) y (c) del apartado (6.1).

7. Atribución en los mensajes con datos en el comercio electrónico

7.1. Se considerará que un mensaje con datos es del remitente si ha sido enviado:

a) por una persona o medio que tenía autoridad para actuar en nombre del remitente; o

b) por un consignatario o consignador autorizado por el remitente.

c) Un sistema informático programado por el remitente, o en su nombre, para funcionar automáticamente.

7.2. Un destinatario tiene derecho a considerar que un mensaje con datos es del remitente, y a actuar de acuerdo con dicha presunción, si:

a) el destinatario aplica correctamente un procedimiento previamente acordado por el remitente para indicar el origen; o

b) el destinatario aplica correctamente un entendimiento de la relación entre la fuente del mensaje y el remitente o agente del remitente.

7.3. El apartado (7.2) no se aplica:

- a) a partir del momento en que el destinatario haya recibido notificación del remitente de que el mensaje con datos no es auténticamente del remitente;
o
- b) cuando se pueda presumir razonablemente que el destinatario sabía o debería haber sabido que el mensaje con datos no era del remitente.

7.4. Cuando se presuma razonablemente que un mensaje con datos es del remitente, el destinatario tiene derecho a actuar sobre la base de dicha presunción. El destinatario no estará facultado para ello si sabía o debería haber sabido que la transmisión era errónea o fraudulenta.

7.5. El destinatario tiene derecho a considerar cada mensaje con datos recibido como un mensaje con datos separado y a actuar de acuerdo con dicha presunción, excepto cuando sea razonable presumir que representa un duplicado de un mensaje recibido anteriormente.

8. Acuse de recibo en el comercio electrónico

8.1. Los apartados (8.2) a (8.4) del presente artículo se aplicarán cuando, en el momento de enviar un mensaje con datos o antes de hacerlo, o a través de dicho mensaje, el remitente haya solicitado o acordado con el destinatario que se acuse recibo del mensaje con datos.

8.2. Cuando el remitente no haya acordado con el destinatario que el acuse de recibo se presente de una forma particular o mediante un método específico, podrá efectuarse una divulgación mediante

- a) cualquier comunicación del destinatario, ya sea automatizada o no, o
- b) cualquier comportamiento del destinatario que sea suficiente para indicarle al remitente que el mensaje con datos ha sido recibido.

8.3. Cuando el remitente haya indicado que el mensaje con datos está condicionado a la recepción de un acuse de recibo, se tratará como si se hubiera enviado sólo una vez recibido.

8.4. Cuando el remitente no haya indicado que el mensaje con datos está condicionado a la recepción de un acuse de recibo, o el remitente no haya recibido la divulgación en un plazo determinado o acordado, el remitente:

- a) podrá notificar al destinatario que no ha recibido acuse de recibo y especificar un plazo razonable para obtener la divulgación; y
- b) podrá, previa notificación al destinatario, tratar el mensaje con datos como si nunca hubiera sido enviado.

8.5. Cuando el remitente reciba el acuse de recibo del destinatario, se presumirá que el mismo ha recibido el correspondiente mensaje con datos.

9. Hora y lugar de envío y recepción de los mensajes con datos en el comercio electrónico

9.1. Salvo acuerdo en contrario entre el remitente y el destinatario, el envío de un mensaje con datos se produce cuando el mismo entra en un sistema de información fuera del control del remitente o de la persona que envió el mensaje con datos en nombre del remitente.

9.2. Salvo acuerdo en contrario entre el remitente y el destinatario, el momento de recepción de un mensaje con datos se determina de la siguiente manera:

a) si el destinatario ha designado un sistema de información para recibir mensajes con datos, cuando el mensaje con datos entra en el sistema de información designado; o

b) si el mensaje con datos se envía a un sistema de información del destinatario que no es el sistema de información designado cuando el destinatario recupera el mensaje.

c) si el destinatario no ha designado un sistema de información, la recepción se produce cuando el mensaje con datos entra en un sistema de información del destinatario.

9.4. Salvo acuerdo en contrario entre el remitente y el destinatario, un mensaje de datos se envía desde el establecimiento del remitente y se considera recibido en el lugar donde el destinatario tiene su establecimiento. El establecimiento del remitente y del destinatario puede ser cualquier ubicación digital o física.

10. Transporte de mercancías en el comercio electrónico

10.1. A efectos de definición jurídica, el proceso de transporte de mercancías incluye, pero no se limita a:

a) Emisión de recibos, facturas, órdenes de compra, cartas de porte aéreo, listas de embalaje para la exportación, albaranes de entrega o comunicaciones similares entre un consignador y un consignatario.

b) Confirmación de acciones durante el procesamiento de las mercancías.

c) Notificación de condiciones contractuales.

d) Información instructiva.

e) Factura de entrega.

f) Notificaciones de condiciones especiales para transportar, recibir o almacenar mercancías y asuntos relacionados con entornos, lugares o condiciones.

11. Transporte de la documentación y autenticación en el comercio electrónico

11.1. El transporte de cualesquiera documentos, mensajes, datos o información utilizados para el tratado y comercio está autorizado a través de un medio electrónico a menos que:

- a) El remitente, el destinatario, el consignador o el consignatario desee o exija específicamente que dicho transporte se realice por un medio no electrónico; o
- b) Las ubicaciones geográficas durante las transacciones transfronterizas tengan requisitos específicos de transporte contrarios a los medios electrónicos.

11.2. En el caso de que los participantes en las transacciones indiquen el incumplimiento de obligaciones en virtud de directrices gubernamentales o requisitos reglamentarios específicos o la posibilidad de prácticas fraudulentas, la transacción deberá ser autenticada por el nivel más alto de autoridad relacionado con la transacción o los remitentes, destinatarios, consignatarios y consignadores.