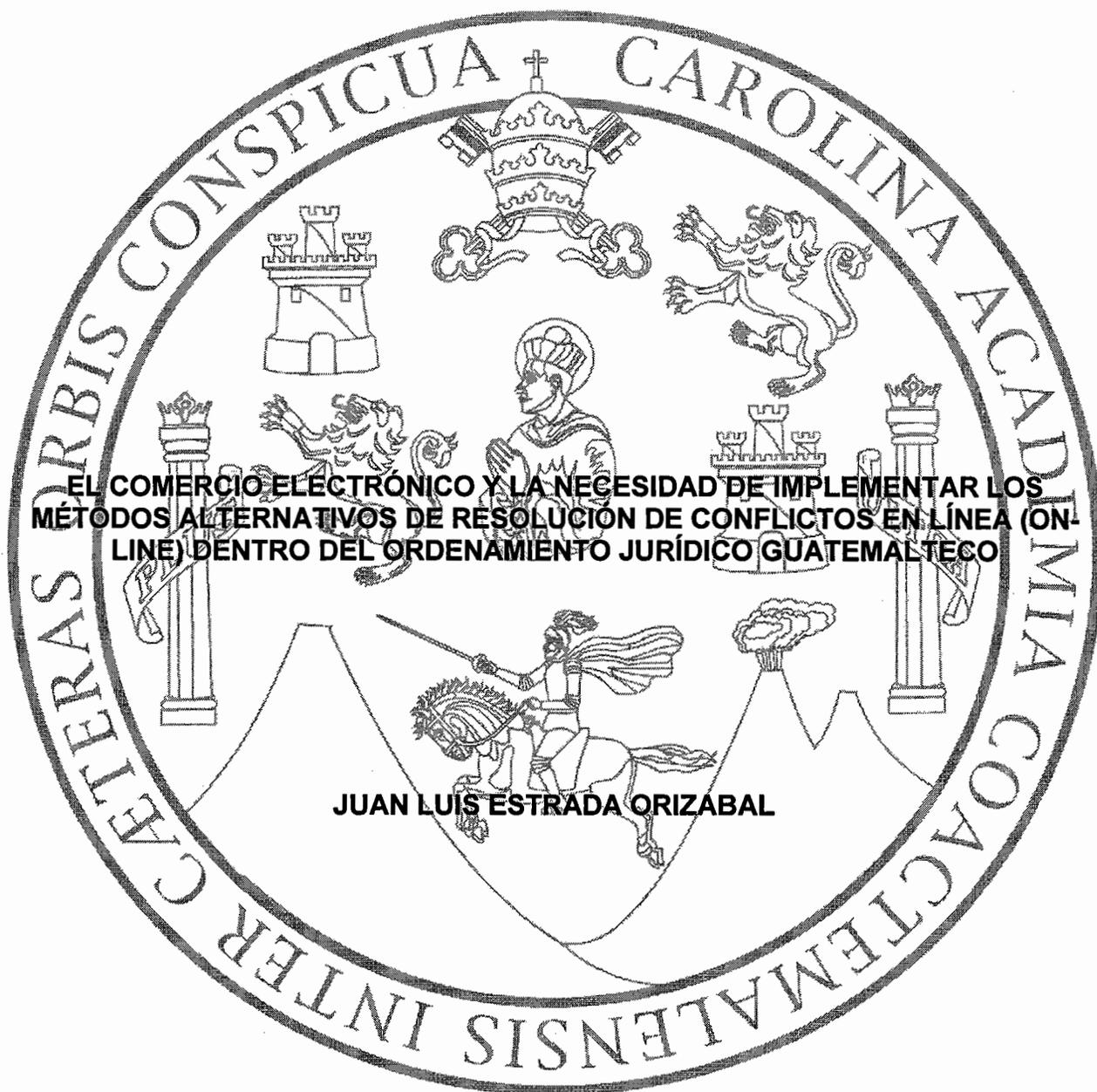


**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**



**EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR LOS
MÉTODOS ALTERNATIVOS DE RESOLUCION DE CONFLICTOS EN LÍNEA (ON-
LINE) DENTRO DEL ORDENAMIENTO JURÍDICO GUATEMALTECO**

JUAN LUIS ESTRADA ORIZABAL

GUATEMALA, SEPTIEMBRE DE 2015

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

**EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR LOS
MÉTODOS ALTERNATIVOS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LÍNEA (ON-
LINE) DENTRO DEL ORDENAMIENTO JURÍDICO GUATEMALTECO**



Guatemala, septiembre de 2015

**HONORABLE JUNTA DIRECTIVA
DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
DE LA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

DECANO:	MSc. Avidán Ortiz Orellana
VOCAL I:	Lic. Luis Rodolfo Polanco Gil
VOCAL II:	Licda. Rosario Gil Pérez
VOCAL III:	Lic. Juan José Bolaños Mejía
VOCAL IV:	Br. Mario Roberto Méndez Alvarez
VOCAL V:	Br. Luis Rodolfo Aceituno Macario
SECRETARIO:	Lic. Daniel Mauricio Tejeda Ayestas

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL
EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

Primera Fase:

Presidente:	Lic. Carlos Enrique Aguirre Ramos
Vocal:	Lic. Héctor René Granados Figueroa
Secretario:	Lic. Emilio Gutiérrez Cambranes

Segunda Fase:

Presidenta:	Licda. Rosa Herlinda Acevedo Nolasco de Zaldaña
Vocal:	Lic. Héctor Rolando Villagrán Recinos
Secretaria:	Licda. Eloisa Mazariegos Herrera

RAZÓN: “Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la tesis”. (Artículo 43 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público).



Bufete Profesional
Lic. Víctor Fabricio López Fernández
Abogado y Notario

La Antigua Guatemala, 04 de septiembre de 2013.

Dr. Bonerge Amilcar Mejía Orellana
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su Despacho



Apreciable Doctor:

Es de mucha importancia informarle que con el nombramiento emitido por su despacho el treinta de abril del dos mil trece procedí a la asesoría del trabajo de tesis del bachiller Juan Luis Estrada Orizabal con carné 9220034 el cual se denomina "El Comercio Electrónico y La Necesidad de Implementar los Métodos Alternativos de Resolución de Conflictos en Línea (on line) dentro del Ordenamiento Jurídico Guatemalteco".

1. Siguiendo el contenido de la Tesis hago referencia científica y técnica donde el sustentante realizó la legislación de doctrina acordes redactando la misma de la forma adecuada utilizando el lenguaje apropiado y se desarrolló de una manera sucesiva los distintos pasos correspondientes al sistema del proceso investigativo.
2. Así mismo los métodos utilizados los cuales se realizaron fueron los que desarrollaron Los Métodos Alternativos de Resolución de Conflictos en Línea (on line) dentro del Ordenamiento Jurídico Guatemalteco de la misma manera fueron utilizados fichas bibliográficas, documentos en páginas web las cuales fueron utilizadas para la recolección actual y suficiente para el desarrollo de elaboración de la Tesis utilizada.

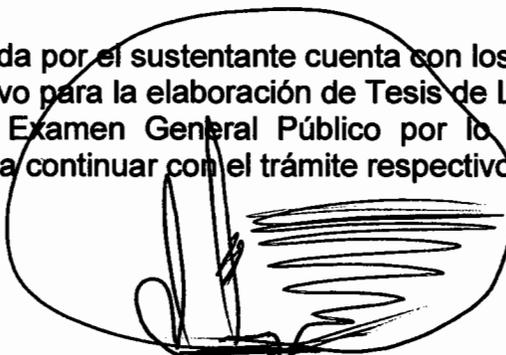
BUFETE PROFESIONAL
3ª. CALLE PONIENTE NÚMERO 14 "B" LA ANTIGUA GUATEMALA, SACATEPÉQUEZ
TELÉFONO 7832 2730 - 7882 4184 EMERGENCIAS 5500 8900
EMAIL: licfabricto@gmail.com



Bufete Profesional
Lic. Víctor Fabricio López Fernández
Abogado y Notario

3. Desde mi punto de vista la redacción utilizada es la adecuada de manera que los objetivos se determinarán basados en los fundamentos jurídicos que es necesario implementar la Resolución de Conflictos en Línea (on line) dentro del Ordenamiento Jurídico de Guatemala. La hipótesis formulada fue comprobada dando a conocer la desventaja que producirían dentro de nuestro Ordenamiento Jurídico en la regulación en línea (on line) en toda la regulación Guatemalteca.
4. Estoy seguro que la Tesis es una contribución ágil y científica de consulta para profesionales y estudiantes del Derecho durante la cual el punto señalará un amplio contenido del tema de estudio.
5. De la misma manera las conclusiones y recomendaciones fueron redactadas de una manera sencilla que contribuirán a supuestos ciertos a conocer la problemática actual.
6. Se empleó la bibliografía adecuada y de actualidad de la misma manera le sugerí algunas enmiendas a su introducción y capítulos encontrándose conforme en su respectiva realización bajo su respectiva posición ideológica.

La presente Tesis desarrollada por el sustentante cuenta con los requisitos establecidos en el Artículo 32 del Normativo para la elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público por lo que emito DICTAMEN FAVORABLE para que pueda continuar con el trámite respectivo.



Licenciado
Víctor Fabricio López Fernández
ABOGADO Y NOTARIO
COLEGIADO 5,572
Clave L-272



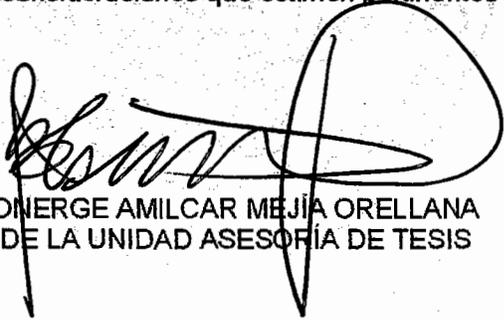
USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



UNIDAD ASESORÍA DE TESIS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.
Guatemala, 27 de septiembre de 2013.

Atentamente, pase a el LICENCIADO ROMEO ARTURO VÁSQUEZ JUÁREZ, para que proceda a revisar el trabajo de tesis de el estudiante JUAN LUIS ESTRADA ORIZABAL, intitulado: "EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR LOS MÉTODOS ALTERNATIVOS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LÍNEA (ON-LINE) DENTRO DEL ORDENAMIENTO JURÍDICO GUATEMALTECO".

Me permito hacer de su conocimiento que está facultado para realizar las modificaciones de forma y fondo que tengan por objeto mejorar la investigación, asimismo, del título del trabajo de tesis. En el dictamen correspondiente deberá cumplir con los requisitos establecidos en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, el cual establece: "Tanto el asesor como el revisor de tesis, harán constar en los dictámenes correspondientes, su opinión respecto del contenido científico y técnico de la tesis, la metodología y técnicas de investigación utilizadas, la redacción, los cuadros estadísticos si fueren necesarios, la contribución científica de la misma, las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía utilizada, si aprueban o desaprueban el trabajo de investigación y otras consideraciones que estimen pertinentes".


DR. BONERGE AMILCAR MEJÍA ORELLANA
JEFE DE LA UNIDAD ASESORÍA DE TESIS



cc. Unidad de Tesis
BAMO/yr.



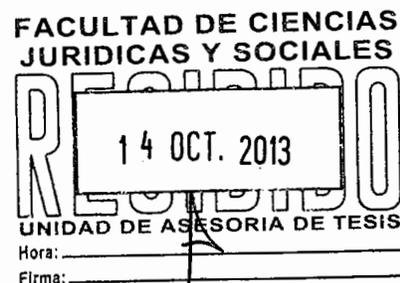


LIC. ROMEO ARTURO VA SQUEZ JUAREZ
ABOGADO Y NOTARIO
COLEGIADO No. 6255
6a. Calle Poniente No. 33 "E"
ANTIGUAGUATEMALA, SACATEPEQUEZ
Tel. 78328405



Guatemala 14 de octubre del año 2013

Dr. Bonerge Amilcar Mejía Orellana
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala



Señor Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis:

Hago de su conocimiento que de conformidad con el nombramiento de fecha veintisiete de septiembre del año dos mil trece revisé la tesis del bachiller Juan Luis Estrada Orizabal quien se identifica con el carné estudiantil 9220034 y elaboró el trabajo de tesis intitulado: "EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR LOS MÉTODOS ALTERNATIVOS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LÍNEA (ON-LINE) DENTRO DEL ORDENAMIENTO JURÍDICO GUATEMALTECO" ;manifestándole lo siguiente:

1. El trabajo de tesis abarca un extenso contenido científico y técnico, los cuales se relacionan con la importancia del comercio electrónico en Guatemala.
2. Fueron utilizados los siguientes métodos de investigación: analítico, con el cual se pudo establecer la importancia del comercio electrónico; dentro del sintético, se dio a conocer sus características y la necesidad de implementar métodos alternativos de resolución de conflictos en línea (on-line) dentro de nuestro ordenamiento jurídico; el inductivo, señaló su importancia y el deductivo, indicó la normativa vigente. Las técnicas utilizadas fueron la documental así como páginas web y fichas bibliográficas, por medio de las cuales se obtuvo la información legal y doctrinaria que se relacionan con el tema investigado.
3. En lo que respecta a la redacción empleada durante el desarrollo de la tesis, es la apropiada y la tesis constituye un gran aporte de interés para estudiantes y profesionales del derecho.



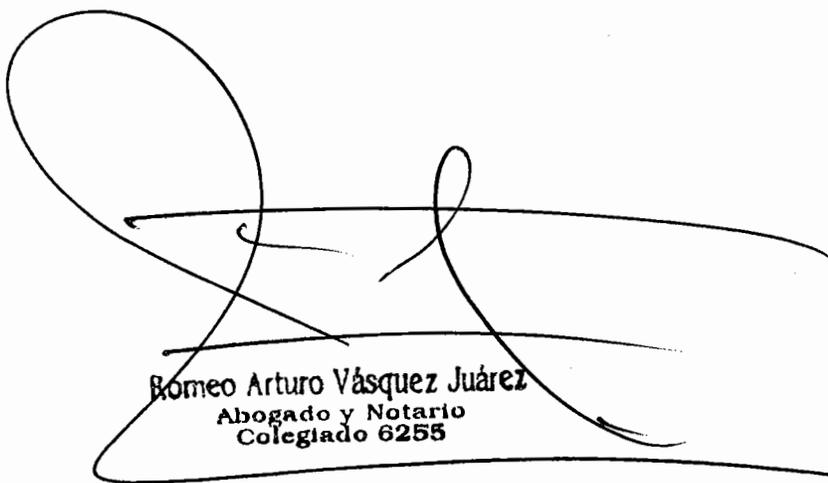
LIC. ROMEO ARTURO VÁSQUEZ JUÁREZ
ABOGADO Y NOTARIO
COLEGIADO No. 6255
6a. Calle Poniente No. 33 "B"
ANTIGUA GUATEMALA, SACATEPEQUEZ
Tel. 78328405



4. Las conclusiones y recomendaciones contiene una amplia relación con el desarrollo de los capítulos. También al sustentante le sugerí algunas modificaciones en la introducción y márgenes de las carátulas. Los objetivos generales y específicos fueron alcanzados ya que refieren la problemática actual.
5. Dado el contenido objeto de desarrollo, análisis y aportaciones sustentadas, la tesis se puede calificar de importancia y valedera dentro de la revisión realizada; circunstancias académicas las cuales desde todo punto de vista deben concurrir y que permiten la comprobación de la hipótesis formulada, relacionada con la necesidad de implementar métodos alternativos de resolución de conflictos en línea (on-line) dentro del ordenamiento jurídico guatemalteco.
6. Las referencias bibliográficas utilizadas tiene relación con las citas bibliográficas así también con el desarrollo de los capítulos de trabajo de tesis.

La tesis reúne todos los requisitos legales del Artículo 32 del Normativo vigente para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, y por lo tanto emito **DICTAMEN FAVORABLE**, para que el sustentante pueda continuar con el trámite correspondiente, para que posteriormente pueda ser evaluado por el Tribunal Examinador en el Examen Público de Tesis, previo a optar al grado académico de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales.

Atentamente.



Romeo Arturo Vásquez Juárez
Abogado y Notario
Colegiado 6255



USAC
TRICENTENARIA
 Universidad de San Carlos de Guatemala



DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, 23 de julio de 2015.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del trabajo de tesis del estudiante JUAN LUIS ESTRADA ORIZABAL, titulado EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR LOS MÉTODOS ALTERNATIVOS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LÍNEA (ON-LINE) DENTRO DEL ORDENAMIENTO JURÍDICO GUATEMALTECO. Artículos: 31, 33 y 34 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.

BAMO/srta.

Lic. Avidán Ortiz Orellana
 DECANO





DEDICATORIA

A DIOS:

Padre celestial que ha guiado mi camino siendo mi guía espiritual y protector de mi vida.

A MI MADRE:

Graciela Orizabal Orellana, por darme todo su amor, apoyo y consejos así como creer y confiar en mí, porque sin su apoyo no hubiera logrado este éxito. Mil gracias.

A MI ESPOSA:

Azucena García Miranda, con todo mi amor por su comprensión, apoyo y compañía para completar mis estudios.

A MIS HIJOS:

Graciela María y Luis Pedro, por ser fuente de inspiración para impulsar mis metas.

A MIS HERMANOS:

Amé, Marissa y Aroldo, quienes siempre han anhelado mi superación personal y profesional.

A MI FAMILIA EN GENERAL:

Gracias, por su apoyo.

A LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES:

Gracias, por darme la oportunidad de una formación profesional.



**A LA UNIVERSIDAD DE SAN
CARLOS DE GUATEMALA:**

Mi más profundo agradecimiento.

A USTED:

Respetuosamente.



ÍNDICE

	Pág.
Introducción.....	i
CAPÍTULO I	
1. La Internet y el ciberespacio.....	1
1.1. Historia de la Internet.....	1
1.2. La Internet.....	3
1.3. El ciberespacio.....	4
1.4. Principios rectores de la Internet.....	5
1.5. La Internet y su aplicación en las actividades comerciales.....	7
1.5.1. Compraventa en línea (online).....	9
1.6. La informática jurídica.....	10
1.7. El derecho informático.....	12
CAPÍTULO II	
2. La firma electrónica.....	15
2.1. Definición de firma electrónica.....	15
2.1.1. Definición legal de firma electrónica.....	16
2.1.2. Firma electrónica avanzada.....	17
2.2. Otras clases de firma electrónica.....	18
2.2.1. Firma electrónica de clave simétrica.....	18
2.2.2. Firma electrónica de infraestructura de clave pública o asimétrica.....	19
2.3. Función de la firma electrónica.....	20
2.4. Diferencia entre firma electrónica y firma digital.....	21
2.5. Valor jurídico de la firma electrónica.....	23
2.6. Prestador de servicios de certificación.....	24
2.6.1. Certificado digital de firma electrónica.....	25
2.7. Tipos de certificado digital.....	25
2.8. Registro de prestadores de servicio de certificación.....	27
2.9. Regulación de la firma electrónica en Guatemala.....	29



Pág.

2.9.1. Regulación de la firma electrónica a nivel internacional	30
---	----

CAPÍTULO III

3. El comercio electrónico	35
3.1. Historia del comercio electrónico	35
3.2. Definición de comercio electrónico	37
3.2.1. Definición legal de comercio electrónico	39
3.3. Características del comercio electrónico	40
3.4. Sujetos del comercio electrónico	42
3.5. Clasificación del comercio electrónico	44
3.6. Estructura del comercio electrónico	48
3.6.1. Ventajas y desventajas del comercio electrónico	49
3.6.2. Diferencia entre el comercio electrónico y el comercio tradicional	54
3.7. El comercio electrónico en Guatemala	56
3.8. El comercio electrónico internacional	59
3.8.1. Estados Unidos	59
3.8.2. España	60
3.8.3. Brasil	62
3.8.4. Chile	65
3.9. Regulación del comercio electrónico en Guatemala	67
3.9.1. Regulación del comercio electrónico a nivel internacional	69

CAPÍTULO IV

4. Métodos alternativos de resolución de conflictos en línea (online)	79
4.1. Métodos alternativos de resolución de conflictos, forma tradicional	80
4.1.1. Aspectos generales de los métodos alternativos de resolución de conflictos	81
4.2. Mediación	82

4.3. Conciliación.....	84
4.4. Arbitraje.....	85
4.4.1. Antecedentes del arbitraje.....	88
4.4.2. Arbitraje nacional.....	89
4.4.3. Arbitraje internacional.....	90
4.4.4. Laudo arbitral	91
4.5. Resolución alternativa de conflictos en línea (online).....	93
4.5.1. Mediación.....	94
4.5.2. Conciliación	97
4.5.3. Arbitraje en línea, arbitraje online o virtual	99
4.6. Ciberlaudo	102
4.7. Características generales de los procesos en línea (online)	103
4.8. Proyecto de reforma al Decreto 47-2008 Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas	105
4.8.1. Proyecto de ley.....	106
4.9. Centros de resolución alternativa de conflictos en línea (online) a nivel internacional	107
4.9.1. Estados Unidos	108
4.9.2. Perú.....	111
4.9.3. España	113
 CONCLUSIONES.....	 117
RECOMENDACIONES.....	119
BIBLIOGRAFÍA.....	121



INTRODUCCIÓN

El desarrollo alcanzado a nivel mundial por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, está provocando modificaciones en las formas de comunicación a todo nivel, quizá en el ámbito mercantil es donde ha tenido mayor influencia, lo que se refleja en la creación de nuevas y modernas formas de realizar operaciones comerciales entre las empresas y sus clientes, pasando de una forma tradicional a lo que ahora se conoce como comercio electrónico, que consiste en la realización de transacciones comerciales haciendo uso de las comunicaciones electrónicas.

La presente investigación tiene por objetivo resaltar la importancia que para la economía de Guatemala representa la aplicación del comercio electrónico, como un medio cada vez más utilizado para la adquisición de productos y servicios, no solo en sitios web locales, sino en sitios instalados en otros países en el mundo; así como la ausencia de legislación nacional vigente, de una normativa que regule un procedimiento específico por medio del cual se puedan resolver los conflictos surgidos por el uso y aplicación del comercio electrónico en Guatemala; por lo que la hipótesis planteada es que la solución a la falta de dicho procedimiento es la implementación de los métodos alternativos de resolución de conflictos pero no en la forma tradicional, sino en línea (online), la cual he logrado comprobar.

La tesis consta de cuatro capítulos: El capítulo I, se refiere a la Internet y el ciberespacio, principios y definiciones, qué es el derecho informático, la informática jurídica; en el capítulo II, se desarrolla lo relativo a la firma electrónica, su definición doctrinaria y legal, su valor jurídico, su regulación nacional e internacional, las entidades certificadoras y su regulación; el capítulo III, se refiere al comercio electrónico, historia, definición doctrinaria y legal, características, ventajas y desventajas, su evolución en Guatemala y a nivel internacional, así como la regulación vigente a nivel nacional e internacional; el capítulo IV, se refiere a los métodos alternativos de resolución de conflictos en forma tradicional y en línea, las características de la mediación, la conciliación y el arbitraje en línea; el ciberlaudo y los centros de resolución alternativa



de conflictos a nivel internacional; se plantea una propuesta de reforma a la ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, con el objetivo de regular de una forma apropiada el comercio electrónico, así como para crear un centro de resolución alternativa de conflictos en línea, como métodos alternos para la solución de controversias, surgidas en el comercio electrónico.

Los métodos y técnicas utilizadas fueron las siguientes: método analítico, utilizado para estudiar el comercio electrónico, su definición, la firma digital, la Internet y su importancia para la aplicación y desarrollo de esta actividad; el método sintético, para analizar los aspectos jurídicos del comercio electrónico y de la firma electrónica; el método deductivo, utilizado para estudiar la doctrina y la legislación tanto nacional como internacional en relación al comercio electrónico, la firma digital y los métodos alternativos de resolución de conflictos tanto en la forma tradicional como en línea y analizar la legislación nacional vigente que regula el comercio electrónico y la firma digital en relación con la legislación internacional; el inductivo, utilizado para plantear la necesidad de la creación de un centro de resolución alternativa de conflictos en línea, para conocer y dar solución a los conflictos surgidos del comercio electrónico. Las técnicas utilizadas fueron la documental, fichas bibliográficas y de trabajo para recolectar información necesaria para desarrollar el presente trabajo.

El adelanto tecnológico producido por la cibernética ha ido transformando los sistemas de comunicación y el comercio, lo que ha provocado la introducción de los métodos de resolución de conflictos online en las sociedades en desarrollo, métodos que son viables aplicarlos en el país, no obstante también es preciso crear una normativa moderna que se adapte y regule de forma apropiada el uso de la tecnología, y las posibles divergencias que puedan derivarse de su aplicación.



CAPÍTULO I

1. La Internet y el ciberespacio

Tanto la Internet como el ciberespacio, son dos conceptos que van relacionados en el amplio campo de las comunicaciones electrónicas ya que internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas, es una red de redes a escala mundial de millones de computadoras interconectadas con el conjunto de protocolos TCP/IP, y, el ciberespacio no es más que una realidad simulada que se encuentra dentro de los ordenadores y redes del mundo, es decir que al hacer uso de la internet, necesariamente se entra a formar parte del ciberespacio. No obstante, el *ciberespacio* no debe confundirse con la *Internet* ya que el primer concepto es más amplio que el segundo, el término se refiere a menudo a los objetos e identidades que existen dentro de la misma red informática mundial, así que se podría decir, metafóricamente, que una página web *se encuentra en el ciberespacio*.

1.1. Historia de la Internet

A principios de los años 60 en plena guerra fría, el gobierno de los EEUU encargó un estudio a la Rand Corporation acerca de los sistemas de comunicaciones a prueba de destrucciones entre sus bases militares en todo el mundo.



Este método de comunicaciones, llamado Internet Protocol (IP) hizo virtualmente imposible detener un mensaje, ya que cada paquete era independiente y aparentemente invulnerable.

En 1980 la agencia federal NASA (National Science Foundation) y universidades en todo el mundo empezaron a intercambiar información, análisis, tesis, etc., lo cual dio origen a Inter Network Working Group (INWG), grupo que trabajó en la formación de una serie de estándares de comunicaciones internacionales tales como arquitectura de redes, formatos de protocolos y mensajes, dando nacimiento así a la internet.

En 1991 Timothy Berners-Lee, un ingeniero, inventó el World Wide Web (WWW), lo que en la actualidad se conoce como la Web, que permite una fácil creación de información estándar, es decir las páginas, como actualmente se conocen. No obstante para que fuera posible que cualquiera pudiera navegar por estas páginas, faltaba una parte esencial; un elemento Software que permitiera un viaje fácil y visualmente atractivo. En 1993, un estudiante de 21 años en la universidad de Illinois, Marc Andreessen, creó y proporcionó literalmente a la comunidad de Internet Mosaic, el primer Navegador.

En 1994 American online, un gran proveedor de servicios en línea, abrió una puerta para sus usuarios en Internet, lo cual atrajo a miles de nuevos usuarios y generó una enorme cobertura de los medios de comunicación, ese mismo año, una nueva compañía, Netscape, introdujo Netscape Navigator, un sucesor revolucionario de



Mosiac, la Web se había convertido en ese momento en una revolución comparable a la invención de la Televisión o la Radio.

En la actualidad, la internet es utilizada aproximadamente por cincuenta millones de personas a través del mundo y sigue creciendo rápidamente debido a la reducción de los costos, derivado básicamente de la competencia, avances tecnológicos, que hacen posible enriquecer el contenido de imágenes, sonidos e incluso vídeos en vivo en la Web) y la inmensa necesidad de información y comunicaciones, y su uso tiene infinidad de aplicaciones, siendo una de ellas el comercio electrónico.

1.2. La Internet

Conjunto de ordenadores o servidores, conectados en una red de redes mundial, que comparten un mismo protocolo de comunicación, y que prestan servicio a los ordenadores que se conectan a esa red; actualmente debe referirse a esta red como la Internet.

Internet es una red de redes a escala mundial de millones de computadoras interconectadas con el conjunto de protocolos TCP/IP. También se usa este nombre como sustantivo común y por tanto en minúsculas para designar a cualquier red de redes que use las mismas tecnologías que la Internet, independientemente de su extensión o de que sea pública o privada.



Otra definición de Internet, indica que es una red de redes que permite la interconexión descentralizada de computadoras a través de un conjunto de protocolos denominados TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial.

1.3. El ciberespacio

“La palabra ciberespacio tiene su origen en la palabra griega cibernao (pilotear una nave), se empleó por primera vez en la novela de ciencia ficción **Neuromante**”, escrita por William Gibson en 1984, y a partir de ahí se popularizó su uso.

La evolución de los procesadores digitales luego de pasar por el ámbito militar y los centros de investigación científica, hizo accesibles a las personas de las empresas y los hogares las computadoras personales. Dispositivos que al vincularse en red producen un sistema interconectado a escala planetaria. Estos recursos combinados generan el nuevo mundo: el ciberespacio, como **inteligencia colectiva**. Es un espacio virtual que contiene todos los recursos de información y comunicación disponibles en la red, donde los sujetos interactúan entre sí, a través de las **nuevas tecnologías**, en este ciberespacio las barreras físicas desaparecen, tiempo y espacio toman una nueva dimensión, y una persona puede comunicarse con otras en diferentes lugares del planeta al mismo tiempo.



El ciberespacio o ciberinfinito es una realidad simulada que se encuentra dentro de los ordenadores y redes del mundo. El ciberespacio es un tema recurrente en la ciencia ficción.

El 8 de febrero de 1996, en Davos, Suiza, John Perry Barlow escribió la Declaración de Independencia del Ciberespacio en la que exhortaba a los gobiernos a no ejercer soberanía sobre el ciberespacio, definido por el mismo como el nuevo hogar de la mente.

Aunque el ciberespacio no debe confundirse con la Internet, el término se refiere a menudo a los objetos e identidades que existen dentro de la misma red informática, así que se podría decir, metafóricamente, que una página web se encuentra en el ciberespacio. Según esta interpretación, los acontecimientos que tienen lugar en Internet no están ocurriendo en los países donde los participantes o los servidores se encuentran físicamente, sino en el ciberespacio.

1.4. Principios rectores de la Internet

Los principios en términos generales señalan aquellas conductas que se consideran valiosas y por lo tanto, deben ser realizadas. En consecuencia, si los principios ofrecen indicaciones acerca de cuál debe ser el comportamiento adecuado, constituyen un tipo de normas, ya que éstas siempre orientan la acción prescribiendo o prohibiendo algo.



Un principio es un enunciado amplio a través del cual se puede dar solución a un problema, también orienta un comportamiento determinado por lo que los principios son utilizados por un juez al resolver una controversia, por el legislador para crear una norma, son flexibles y por lo tanto dan lugar a ser completados para cumplir un fin, y en el mundo digital también es importante su aplicación, ya que tienden a regular de alguna forma el uso de la internet y en sí de todo lo relacionado a comunicaciones electrónicas, por lo que haré referencia a algunos de ellos.

a) Principio de la información

Es fundamental notificar al usuario en forma previa, clara y detallada, que la empresa recopilará información personal, el uso que se le dará, el medio en que ésta será guardada, y si los consumidores deberán ser requeridos para hacer uso de la misma.

b) Principio de opción

El cual permite al usuario decidir si la información recolectada de sí mismo será utilizada para propósitos distintos señalados y aceptados originalmente.



c) Principio de concepto de acceso

Básicamente se refiere a la facultad individual del consumidor para acceder a la información de sí mismo recolectada por el servidor, de tal manera que pueda verificar su existencia, corregirla o modificarla, así como también eliminarla, si así lo desea.

d) Principio de seguridad

Consiste en la obligación que tiene quien acopia la información personal, de protegerla ante un acceso, uso y exhibición no autorizados, así como lo relativo a su pérdida o destrucción.

e) Principio de exigibilidad

Para el cumplimiento sustantivo de los principios antes mencionados, está otorgada por la regulación jurídica y el régimen sancionador que la autoridad pública debe aplicar en esta materia.

1.5. La Internet y su aplicación en las actividades comerciales

El uso de la computadora ha provocado que más personas en el mundo tengan acceso a internet y por lo mismo su uso ya no es solo para navegar y buscar alguna



información útil o para realizar un trabajo de investigación, actualmente el auge en el uso de la Internet para realizar operaciones mercantiles ha ido cada día incrementándose, de tal suerte que la compraventa de bienes, productos y servicios es cada vez más común y frecuente que se realicen por esta vía.

Internet permite una nueva y eficaz forma de comunicación, cuyo uso actualmente se puede considerar como masivo, por lo mismo constituye también un mercado con características muy atractivas para las empresas, que pueden conseguir importantes ventajas en su actividad comercial, teniendo ciertas particularidades o características que lo hacen especialmente interesante, tales como:

- a) Volumen suficiente. Más de cincuenta millones de personas y treinta mil empresas acceden a Internet, y su número crece aceleradamente a nivel mundial.
- b) Alcance geográfico. La Red es un mercado global único, que abarca cualquier zona de todo el mundo que esté conectada a ella.
- c) Comunicación interna y externa. Dentro de una misma organización es especialmente útil si hay establecimientos en distintas localidades. Y, por supuesto, se emplea para establecer comunicación entre empresas. ¿Qué se puede comunicar? Mensajes, conversaciones, catálogos, precios, pedidos, contratos, características técnicas, siempre con la información circulando en ambos sentidos.



- d) **Compra y Venta.** Ofrecer productos y servicios a los usuarios de la red, ya sea que se trate de empresas o personas, obtener su pedido, e incluso cobrar. Y buscar proveedores, productos y servicios, y efectuar la compra si es preciso, para completar el proceso de compraventa.

- e) **Servicio de información.** Facilitar a los clientes respuestas a las consultas más usuales, instrucciones de montaje o de manejo, solución a los problemas. Y en sentido inverso, obtener los comentarios, sugerencias, necesidades, motivos de interés, etc. de los clientes actuales y potenciales.

1.5.1. Compraventa en línea (online)

Es esta actividad la que ha alcanzado un auge inimaginable a nivel mundial, observar vidrieras, comparar precios y hacer compras sin salir de casa es tan apasionante para el consumidor, aunque riesgoso para la billetera, pero cuando la posibilidad es tan simple como un clic, una tarjeta de crédito y esperar a que el correo traiga el artículo que se ha comprado desde la pantalla, la tentación es inmensa. Y ahí está Internet para seducir al cibernauta y generar una revolución que promete cambiar los hábitos de consumo de las personas.

No se trata sólo de comprar ropa, libros, flores o comida; hoy ya se puede hasta ir al supermercado, se puede adquirir música y videos por medio de un sistema que permite hacer pedidos y pagarlos en la web de Internet, en Argentina, las librerías son el rubro



con más presencia en la Red, el precio es el mismo que en los locales, pero se pagan gastos de envío. Los pedidos suelen demorar veinticuatro horas en la capital y setenta y dos horas para el interior. La librería Fausto vende aproximadamente setenta y cinco libros diarios por la Red, casi la misma cantidad que el sitio de la librería Santa Fe. Por su parte, la librería Cúspide facturó en el año 2010, cincuenta mil pesos mensuales por sus ventas online y en 2012, casi triplicó esa cifra.

Tantas posibilidades de comunicación permiten poner en contacto a quienes buscan algo (usuario, cliente), con quienes ofrecen algo, (oferente, proveedor) y eso es la esencia de la práctica comercial, ya que a través de la Internet, actualmente se puede comercializar desde software, música, videojuegos hasta electrodomésticos, materia prima, insumos, vehículos y maquinaria, sin dejar de incluir los servicios financieros ofrecidos por bancos y entidades financieras. En general, las compras electrónicas, cuando la entrega de mercancía trasciende la frontera de un país, tributa impuestos aduaneros. En todos los casos, el cibernauta es considerado importador y como tal, debe cumplir con las leyes y reglamentos del país receptor de los productos adquiridos, de ahí que el comercio electrónico como se le conoce actualmente a esta actividad, sea considerado con carácter internacional.

1.6. La informática jurídica

Es de suma importancia hacer referencia a la informática jurídica que va de la mano con el Derecho Informático, toda vez que la informática jurídica hace énfasis al uso



de las computadoras y el procesamiento de la información y, sobre todo el cuerpo cognoscitivo desarrollado por la informática en el campo jurídico.

“Rama del Derecho Informático que interactúa con esta ciencia al automatizar su organización, investigación e información racionalizando óptimamente su ejecución”.¹

“Es el conjunto de leyes, normas y principios aplicables a los hechos y actos derivados de la informática”.²

La informática jurídica es una disciplina de las ciencias de la información que tiene por objeto la aplicación de la informática en el derecho.

Difiere entonces del derecho informático que básicamente es la regulación jurídica de las nuevas tecnologías. Tiene como antecedente la jurimetría, planteada en 1949 por el norteamericano Lee Loevinger.

Según el jurista español Antonio Enrique Pérez Luño, la informática jurídica se divide en tres áreas:

1) Informática jurídica documental: que no es más que la automatización del conocimiento jurídico emanado de fuentes legislativas, jurisprudenciales y doctrinales.

¹ Díaz García, Alexander Pérez. **Elementos de la Informática Jurídica**. Págs. 10-12

² Téllez Valdéz, Julio. **Derecho Informático**. Pág. 35



2) Informática jurídica decisional: consistente en la automatización de las fuentes de producción jurídica.

3) Informática jurídica de gestión: se refiere a la automatización de los procesos de administración judicial.

Como consecuencia del crecimiento actual de la informática y las comunicaciones electrónicas, así como el descubrimiento de la eficacia de la utilización de las mismas, muchas relaciones públicas y sobre todo las privadas, se enfocan en la aplicación de normas jurídicas, que da como resultado el Derecho de la Informática.

1.7. El derecho informático

El término derecho informático (*Rechtsinformatik*) fue acuñado por el Profesor Dr. Wilhelm Steinmüller, académico de la Universidad de Ratisbona de Alemania, en el año 1970.

Sin embargo, no es un término unívoco, pues también se han buscado una serie de términos para el derecho informático como derecho telemático, derecho de las nuevas tecnologías, derecho de la sociedad de la información, iuscibernética, derecho tecnológico, derecho del ciberespacio, derecho de internet, etc. Se considera que el derecho Informático es un punto de inflexión del derecho, puesto que todas las áreas del derecho se han visto afectadas por la aparición de la denominada



sociedad de la información, cambiando de este modo los procesos sociales y por tanto los procesos políticos y jurídicos.

Se puede definir como un conjunto de principios y normas que regulan los efectos jurídicos nacidos de la interrelación entre el derecho y la informática, también se dice que es una rama del derecho especializado en el tema de la informática, sus usos, sus aplicaciones y sus implicaciones legales.

“Es la ciencia que basándose en los métodos de abstracción de procesos e interactuando con las normas legales, aplicaciones y relaciones jurídicas, permite el estudio objetivo de las incidencias del derecho, en las actividades electrónicas (comercio electrónico, nombres de dominio, firma digital)”.³

En resumen, se puede conceptualizar al Derecho Informático como el conjunto de principios y normas jurídicas que van a regular la creación, el desarrollo, el uso y la aplicación de la informática, así como las controversias que surjan de dicha aplicación, en la que exista un bien que tenga o deba ser tutelado jurídicamente por dichas normas.

³ Lorenzetti, Ricardo Luis. Comercio electrónico. Pág. 97





CAPÍTULO II

2. La firma electrónica

La firma electrónica o digital es un conjunto de datos electrónicos que identifican a una persona en concreto. Suelen unirse al documento que se envía por medio telemático, como si de la firma tradicional y manuscrita se tratara, de esta forma el receptor del mensaje está seguro de quién ha sido el emisor, así como que el mensaje no ha sido alterado o modificado durante la transmisión del mismo.

2.1. Definición de firma electrónica

La firma electrónica se configura como un esquema matemático que sirve para demostrar la autenticidad de un mensaje digital o de un documento electrónico, así como cualquier símbolo basado en medios electrónicos utilizados o adoptados por una parte con la intención precisa de vincularse o autenticar un documento, cumpliendo todas o algunas de las funciones característica de una firma manuscrita.

“Es el conjunto de datos, en forma electrónica, ajenos a otros datos asociados funcionalmente con ellos, como medios para identificar formalmente al autor o a los autores del documento que los recoge”⁴

⁴ Lorenzetti, Ricardo Luis. Comercio electrónico. Pág. 112



La firma electrónica puede utilizarse en el sector privado, para contratación privada por vía electrónica, entre empresa y consumidor, por ejemplo, la compra de un libro o un disco compacto por Internet y entre empresas, por ejemplo realizar un pedido a un distribuidor o incluso entre los mismos consumidores finales, por ejemplo, en la compra-venta de una computadora de segunda mano, una colección de monedas, etc.

También sirve para realizar actuaciones con y entre la administración pública, es decir, sirve tanto para las relaciones entre los propios entes públicos que la forman como para las relaciones del ciudadano con los órganos de la administración.

2.1.1. Definición legal de firma electrónica

De acuerdo con la Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, Decreto 47-2008 del Congreso de la República de Guatemala, en el Artículo 2, define la firma electrónica como: “Los datos en forma electrónica consignados en una comunicación electrónica, o adjuntados o lógicamente asociados al mismo, que puedan ser utilizados para identificar al firmante con relación a la comunicación electrónica e indicar que el firmante aprueba la información recogida en la comunicación electrónica”.

De las definiciones anteriores, incluyendo la definición legal para la legislación de Guatemala, la firma electrónica queda configurada como un instrumento equivalente a la firma manuscrita, lo cual le permite superar ciertas dificultades que se presentan en



el ámbito contractual, por medio de las transacciones vía Internet, al tener por medio de la firma electrónica, la representación de la voluntad de las partes tanto para obligarse como para adquirir un derecho.

De lo anterior, se puede determinar que el principio rector de cualquier regulación jurídica sobre documento digital y firma electrónica es que, un documento firmado digitalmente tiene la misma validez y eficacia que un documento tradicional consignado en soporte papel, debidamente firmado.

2.1.2. Firma electrónica avanzada

Tomando como base la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, el Artículo dos regula, la Firma Electrónica Avanzada: “La firma electrónica que cumple los requisitos siguientes:

- a. Estar vinculada al firmante de manera única;
- b. Permitir la identificación del firmante;
- c. Haber sido creada utilizando los medios que el firmante puede mantener bajo su exclusivo control;
- d. Estar vinculada a los datos a que se refiere, de modo que cualquier cambio ulterior de los mismos sea detectable”.



En síntesis, la firma electrónica avanzada le da autenticidad a la identidad del firmante pero además permite llevar a cabo transacciones comerciales avanzadas y contratos, a través de las comunicaciones electrónicas, es decir, vía internet.

2.2. Otras clases de firma electrónica

La clase o tipo de firma electrónica tiende a tener uniformidad a nivel mundial, no obstante la legislación que para el efecto se encuentre vigente en cada país, va a determinar una u otra denominación que se le pudiera dar, por lo que haré referencia a las clases de firma electrónica que prevalece en la legislación de España, país que actualmente está a la vanguardia en cuanto a regulación de la firma electrónica se refiere y por tener cierta similitud con la legislación de Guatemala en cuanto a esta clase de firmas.

2.2.1. Firma electrónica de clave simétrica

Es una de las primeras utilizadas y supone que al existir dos partes interesadas en el contenido de una comunicación electrónica o transacción, la clave que se utiliza para decodificar el mensaje, **será solo una**, a la que ambas partes tendrán acceso.



2.2.2. Firma electrónica de infraestructura de clave pública o asimétrica

Es la firma electrónica a la que la legislación española le confiere efectos legales y que tiene un valor equivalente al de la firma manuscrita, y se basa en que ya no se habla de una única clave, de uso compartido por ambas partes, sino que la diferencia estriba en que **existen dos claves distintas**, (de ahí la expresión asimétrica), una pública y otra privada, pudiendo ser de conocimiento público la primera y debiéndose guardar por el interesado la segunda, sin revelarla a los demás.

Es importante indicar que para el caso de Guatemala, el Reglamento de la Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas regula en el artículo 2 Definiciones, la Clave pública y la Clave privada de la siguiente forma:

Clave privada: valor o valores numéricos que, utilizados conjuntamente con un procedimiento matemático conocido, sirven para generar la firma digital de una comunicación electrónica.

Clave pública: valor o valores numéricos que son utilizados para verificar que una firma digital fue generada con la clave privada del iniciador.

Como se puede observar la legislación guatemalteca no regula la clave privada y la clave pública, como un tipo de firma electrónica sino, las considera en el caso de la clave privada, como un elemento generador de la firma digital, y en el caso de la clave



pública, como un elemento que sirve para verificar que una firma digital fue creada con una clave privada.

2.3. Función de la firma electrónica

Las firmas electrónicas cumplen tres funciones fundamentales:

- a) **Función de identificación:** ya que a través de la misma, permiten identificar al signatario;
- b) **Función probatoria:** aportan certidumbre acerca de la participación personal de esa persona en el acto de la firma; y
- c) **Función de atribución:** ya que vinculan al signatario con el contenido de un documento.

Fundamentalmente la función de la firma electrónica consiste en otorgar al destinatario la seguridad de que un mensaje electrónico o comunicación electrónica fue creado por el remitente, y que dicho mensaje no fue alterado durante la transmisión y por lo tanto que ésta (la firma), es auténtica y por lo consiguiente el mensaje o documento electrónico, también lo es, no obstante se le atribuyen otras funciones que al igual que las anteriores son importantes tales como:



- a) Garantizar que no puede accederse al contenido del mensaje, al ir debidamente cifrado hasta que llega a su destinatario, en el caso de que un tercero no autorizado lo intercepte durante dicho tránsito.

- b) Posibilita la detección automática en caso de interceptación no autorizada del mensaje o intento no consentido de modificarlo.

- c) Garantiza que al estar ante una página web determinada, efectivamente estamos en ella y no en otra. A esto se le denomina certificado de servidor, el cual es utilizado por bancos y entidades financieras al momento de acceder a su página web.

2.4. Diferencia entre firma electrónica y firma digital

No obstante que la legislación guatemalteca, no hace distinción entre firma electrónica y firma digital, ya que la Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas regula la firma electrónica, es importante para el desarrollo del presente tema, hacer referencia a la diferencia entre dichos términos.

La firma digital, consiste en la utilización de un sistema de encriptación asimétrico (asymmetric cryptosystem) en el cual existen dos llaves, que consisten en una clave privada y una clave pública. La primera sólo es conocida por el particular, y la segunda es la clave que identifica públicamente a ese particular o titular, de manera que sólo



utilizando su clave pública el mensaje enviado por el interesado podrá descifrado y por tanto legible.

El sistema es sencillo, el particular que puede ser una persona individual o jurídica, después de redactar el documento lo encriptará con su clave privada, podrá enviarlo a través de Internet, ya sea por e-mail, chat o página web a su destinatario final conociendo la dirección del mismo, y este último para poder descifrar el mensaje recibido utilizará la clave pública del remitente.

Aquí va implícita la seguridad, ya que este sistema lo que hace es verificar que el mensaje original no ha sido modificado en su trayecto a través de la Web, la autenticidad del mensaje recibido, y por último, la integridad del mensaje en cuanto a la certeza y conclusión del mismo; de lo anterior se puede deducir que la firma digital no es por consiguiente algo añadido a un documento, sino la versión encriptada del mismo.

Ahora bien, la firma electrónica, es cualquier símbolo que se utilice como identificador de una persona en un determinado documento que para su transmisión utilice medios electrónicos, lo cual se asimila a la firma tradicional.

El nombre de una persona escrito al final de un documento o un símbolo que le identifique sería una firma electrónica; por lo tanto la firma digital es un tipo de firma electrónica.



El nivel de seguridad de la firma electrónica es relativamente bajo ya que la falsificación es tremendamente sencilla, porque no existe un sistema que permita verificar su autenticidad, por lo que su invalidez como método de autenticación de documentos es por tanto obvia; en este caso se puede decir que la firma electrónica sí es algo añadido a un documento.

2.5. Valor jurídico de la firma electrónica

Siempre tomando como base el Decreto Número 47-2008 Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, en el Artículo 2 regula: Efectos jurídicos de una firma electrónica o firma electrónica avanzada. “La firma electrónica o la firma electrónica avanzada, la cual podrá estar certificada por una entidad prestadora de servicios de certificación, que haya sido producida por un dispositivo seguro de creación de firma, tendrá respecto de los datos consignados en forma electrónica, el mismo valor jurídico de la firma manuscrita en relación con los consignados en papel y será admisible como prueba en juicio, valorándose ésta , según los criterios de apreciación establecidos en las normas procesales”.

Como podrá determinarse, la firma electrónica en Guatemala tiene plena validez jurídica a tal grado que al momento de una controversia, ésta es admisible como prueba en juicio al tener igual valor probatorio que la firma tradicional o manuscrita, de ahí la importancia de su aplicación dentro del comercio electrónico para darle plena validez y



seguridad jurídica a las partes que utilizan este medio para realizar actividades comerciales.

2.6. Prestador de servicios de certificación

También llamadas autoridad de certificación, certificadora o certificante, son aquellas entidades de confianza, responsables de emitir y revocar certificados digitales utilizados en la firma electrónica.

Para el caso de Guatemala, el Decreto 47-2008 Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas le denomina Prestador de servicios de certificación, según el Artículo 2 regula lo siguiente: “Se entenderá la entidad que expide certificados y puede prestar otros servicios relacionados con las firmas electrónicas”.

La Autoridad de Certificación es un tipo particular de prestador de servicios de certificación que legitima ante los terceros que confían en sus certificados, la relación entre la identidad de un usuario y su clave pública.

En Guatemala, de acuerdo al Registro de Prestadores de Servicios de Certificación del Ministerio de Economía, la única entidad autorizada para el efecto es **Firma-e**, a cargo de la Cámara de Comercio de Guatemala, según resolución PSC-01-2012 del veintitrés de enero de dos mil doce.



2.6.1. Certificado digital de firma electrónica

Un certificado digital o certificado electrónico es un documento firmado electrónicamente por un prestador de servicios de certificación, por medio del cual vincula unos datos de verificación de firma a un firmante y confirma su identidad de forma electrónica, ante terceros, y va a ser de utilidad al titular del mismo para firmar electrónicamente, de tal forma que se garantice la integridad de los datos transmitidos y su procedencia.

2.7. Tipos de certificado digital

La entidad prestadora de servicios de certificación Firma-e, de la Cámara de Comercio de Guatemala, es la única autorizada para emitir certificados digitales de firma electrónica en Guatemala, y dentro de los cuales las personas individuales o jurídicas tienen acceso a obtener los siguientes:

a) Certificado de firma electrónica de persona individual

Es aquel que se emite única y exclusivamente a personas Individuales, las cuales se han identificado plenamente con documento de identificación personal, su costo actualmente es de un mil trescientos quetzales.



b) Certificado de firma electrónica de persona jurídica

Es un certificado digital que identifica a una persona jurídica de derecho público o privado, o entidad del Estado, el cual garantiza que una persona jurídica determinada se ha identificado como tal y ha solicitado el servicio a través de su representante legal, y que esa persona jurídica podrá programar un sistema de información para que firme digitalmente mensajes de datos, de manera automática o manual, vinculándose jurídicamente, su costo es de cuatro mil setecientos quetzales.

c) Certificado de firma electrónica de representante legal

Es un tipo de Firma Electrónica que va a identificar a una persona jurídica de derecho privado, otorgándole la calidad de suscriptor a la persona individual que actúa como representante legal de la persona jurídica, siendo su costo de mil trescientos quetzales.

d) Certificado de firma electrónica de profesional titulado

Este tipo de certificado de firma electrónica se emite exclusivamente a personas individuales que se han identificado plenamente y que han obtenido el correspondiente número de colegiado, matrícula profesional o código de identificación requerida para el ejercicio de su profesión en la República de Guatemala, su costo es de mil trescientos quetzales.



La certificación de una firma digital otorga las siguientes garantías:

- 1- Identidad y capacidad de las partes que tratan entre sí sin conocerse, emisor y receptor del mensaje.
- 2- Integridad de la transacción, es decir que garantiza que la información no fue manipulada.
- 3- Irrefutabilidad de los compromisos adquiridos, por lo que el remitente de la información, no puede negar que la ha enviado.
- 4- Confidencialidad de los contenidos de los mensajes, implica que la información es conocida únicamente por quienes estén autorizados para ello.

2.8. Registro de prestadores de servicio de certificación

Los prestadores de servicios de certificación deben ser autorizados para poder operar, y en Guatemala esa función le corresponde al Registro de Prestadores de Servicios de Certificación, (PSC), que es una entidad adscrita al Ministerio de Economía, cuyas funciones primordiales son:

- Autorizar, registrar e inscribir a las empresas prestadoras de servicios de certificación para promover y facilitar el comercio electrónico a nivel global, regional



y nacional, adoptando instrumentos técnicos y legales para brindar certeza y seguridad jurídica.

- Así mismo realizar auditorías e inspección de conformidad con la ley, reglamento y demás regulaciones legales a fin de verificar la operación de los Prestadores de Servicios de Certificación.
- Revocar o suspender la autorización para operar como prestador de servicios de certificación.
- Imponer sanciones a las prestadoras de servicios de certificación en caso de incumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación del servicio.
- Velar por la observancia de las disposiciones constitucionales y legales sobre la promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas, competencia desleal y protección del consumidor, en los mercados atendidos por las prestadoras de servicios de certificación, debiéndose coordinar, según el caso con las autoridades respectivas.

La creación del Registro de Prestadores de Servicios de Certificación tiene su base legal en el Reglamento de la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas que en el Artículo 10 estipula, de los Prestadores de Servicios de Certificación, Prestadores Autorizados: "Son prestadores de servicios autorizados de



servicios de certificación las personas jurídicas nacionales o extranjeras, públicas o privadas, domiciliadas en la República de Guatemala, que otorguen certificados de firmas electrónica, sin perjuicio de los demás servicios que puedan prestar, de acuerdo con la ley y el presente reglamento. El cumplimiento de las normas técnicas para la aplicación del presente Reglamento es obligatorio para los prestadores autorizados de servicios de certificación”.

2.9. Regulación de la firma electrónica en Guatemala

La firma electrónica en Guatemala, está regulada en el Decreto Número 47-2008, Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, la cual en el Artículo 2 estipula, definiciones, firma electrónica: “Los datos en forma electrónica consignados en una comunicación electrónica, o adjuntados o lógicamente asociados al mismo, que puedan ser utilizados para identificar al firmante con relación a la comunicación electrónica e indicar que el firmante aprueba la información recogida en la comunicación electrónica”.

La creación de dicha ley y cobrar vigencia la misma, fue en su momento uno de los avances más importantes para Guatemala en lo que a legislación mercantil se refiere, ya que el uso de la firma electrónica era un hecho en Guatemala, sobre todo porque en países como Chile, España, Estados Unidos, su uso ya estaba regulado con mucho tiempo de antelación.



El Decreto 47-2008 crea las bases jurídicas para el uso de la firma electrónica, la cual le otorga a la firma electrónica la equivalencia de la firma manuscrita y por consiguiente el uso de los documentos electrónicos es una realidad gracias a la firma electrónica, la cual viene a minimizar los riesgos en las comunicaciones electrónicas, lo cual facilita cualquier proceso, ya sea mercantil, legal, público ó privado, confiriendo seguridad jurídica a los usuarios de la contratación en línea (on line), por lo que se puede determinar que la contratación vía internet es una forma confiable de realizar operaciones de carácter comercial., independientemente de que dicha actividad la realicen personas individuales o jurídicas.

2.9.1. Regulación de la firma electrónica a nivel internacional

1) Chile

La Ley 19.799 sobre Documentos Electrónicos, Firma Electrónica y Servicios de Certificación de dicha Firma, es aprobada en marzo de 2002, y regula la firma electrónica como: “el conjunto de dígitos o números que permiten determinar que el creador de la misma es quien efectivamente ha aprobado el contenido del documento firmado y que dicho contenido no ha sido modificado con posterioridad”; con lo cual se equipara la firma electrónica a que cumpla con todos los requisitos establecidos en el Reglamento a la firma ológrafa, es decir a la firma manuscrita o tradicional, para todos los efectos legales, dentro de los cuales es importante destacar que podrá sustituir “el



uso de cualquier sello, timbre o visto bueno u otra marca distintiva que se requiriese para la validez del documento si éste hubiere sido escrito sobre un soporte de papel”.

El Artículo 7º, del Reglamento de dicha ley regula: “a) las normas técnicas que deberán cumplirse para que una firma electrónica sea considerada válida; b) los protocolos y estándares de seguridad que se requieran para un adecuado funcionamiento del sistema certificador; c) los requisitos de la firma electrónica; d) los mecanismos para certificar una firma electrónica; e) las limitaciones que tendrá el uso de la firma electrónica, y f) toda otra cuestión que incida en la utilización de documentos electrónicos y firmas electrónica y no sea materia de ley”.

En el año 2000, se crea la Ley 27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, la cual reconoce la validez y eficacia jurídica de las firmas generadas mediante la aplicación de técnicas criptográficas asimétricas, es decir, aquellas que usan dos claves: la clave pública, la cual puede ser conocida por todos y la clave privada, que únicamente es conocida por su titular.

2) España

La Ley 59/2003, de firma electrónica, es la que regula todo lo relativo a la firma electrónica, tal como lo estipula el Artículo 3, firma electrónica, y documentos firmados electrónicamente.



1. La firma electrónica es el conjunto de datos en forma electrónica, consignados junto a otros asociados con ellos, que pueden ser utilizados como medio de identificación del firmante.
2. La firma electrónica avanzada, es la firma electrónica que permite identificar al firmante y detectar cualquier cambio ulterior de los datos firmados, que está vinculada al firmante de manera única y a los datos a que se refiere y que ha sido creada por medios que el firmante puede mantener bajo exclusivo control.
3. Se considera firma electrónica reconocida la firma electrónica avanzada basada en un certificado reconocido y generada mediante un dispositivo seguro de creación de firma.
4. La firma electrónica reconocida tendrá respecto de los datos consignados en forma electrónica el mismo valor que la firma manuscrita en relación con los consignados en papel.

Como se puede determinar, esta ley contempla tres tipos de firmas:

Simple. Datos que puedan ser usados para identificar al firmante (autenticidad).



Avanzada. Además de identificar al firmante permite garantizar la integridad del documento y la integridad de la clave usada, utilizando para ello un DSCF, (dispositivo seguro de creación de firma, el DNI electrónico).

Reconocida. Es la firma avanzada y amparada por un certificado reconocido, certificado que se otorga tras la verificación presencial de la identidad del firmante. En ocasiones, esta firma se denomina *qualificada* por traducción del término inglés *qualified* que aparece en la Directiva Europea de Firma Electrónica.

3) Unión Europea

Se crea la Directiva 1999/93/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de diciembre de 1999 por la que se establece un marco jurídico común para la firma electrónica y algunos servicios de certificación, regulándola de la siguiente forma:

Firma electrónica: los datos en forma electrónica anejos a otros datos electrónicos o asociados de manera lógica con ellos, utilizados como medio de autenticación.

Firma electrónica avanzada: esto es, la firma electrónica que cumple los requisitos siguientes:

- a) estar vinculad al firmante de manera única;
- b) permitir la identificación del firmante;



- c) haber sido creada utilizando medios que el firmante puede mantener bajo exclusivo control;
- d) estar vinculada a los datos a que se refiere de modo que cualquier cambio ulterior de los mismos sea detectable.

El objetivo primordial de esta ley es facilitar la utilización de la firma electrónica y contribuir a su reconocimiento jurídico entre los estados miembros de la Unión Europea.

La regulación de la firma electrónica a nivel internacional, cumple con un objetivo muy importante como lo es abarcar un ámbito amplio de aplicación de la misma, a la vez de regular a las entidades de certificación, así como también dejando muy claro lo relativo a cuáles son las clases de firma electrónica.

En cuanto a la normativa nacional, se puede determinar que tiene mucha similitud con la legislación internacional, sobre todo en lo que respecta a la firma electrónica y la firma electrónica avanzada, por supuesto que existen diferencias con respecto a la amplitud de regulación de la normativa internacional, lo cual no significa que en un futuro cercano Guatemala no tenga la capacidad de implementar una legislación acorde al desarrollo que en materia de comunicaciones electrónicas se alcance.



CAPÍTULO III

3. El comercio electrónico

El comercio electrónico ha ido evolucionando, de ser un simple catálogo de productos o servicios, construido a partir de una página estática, y con un poco de mantenimiento, se ha convertido en uno de los medios indispensable para realizar ventas y generar ganancias, el mercado se ha ido asentando en muchos casos convirtiéndose en el modelo de negocio a través del cual se puede llegar más fácilmente al cliente, que lo que se puede lograr, a través de las empresas tradicionales, derivado de la variedad de productos y servicios que se ofrecen, así como la comodidad de no tener que salir de la casa u oficina para poder adquirir los mismos; el desarrollo de las comunicaciones electrónicas ha permitido que su uso sea cada vez más frecuente, producto del número de internautas que, de igual forma es cada vez mayor.

3.1. Historia del comercio electrónico

A través de los años han aparecido diferentes formas o tipos de comercio, es así como a principio de 1920 en Estados Unidos surgió la venta por catálogo, impulsada por las grandes tiendas de mayoreo, siendo este sistema de venta revolucionario para la época, consistente en un catálogo con fotos ilustrativas de los productos a vender. Este permite tener mejor acercamiento a las personas, ya que no hay necesidad de tener que atraer a los clientes hasta los locales de venta. Esto posibilitó a las tiendas poder



llegar a tener clientes en zonas rurales, que para la época que se desarrolló dicha modalidad existía una gran masa de personas dedicadas a actividades del campo. Otro punto importante de esta modalidad era que los potenciales compradores podían escoger los productos en la tranquilidad de sus hogares, sin la presencia o presión, según sea el caso, de un vendedor. La venta por catálogo tomó mayor impulso con la aparición de las tarjetas de crédito; además de determinar un tipo de relación de mayor anonimato entre el cliente y el vendedor.

La idea de las compras en línea fue creada por un experto y un empresario llamado Michael Aldrich en 1979, quien conectó un televisor a través de una línea telefónica a la computadora de procesamiento y la llamó tele-compra, por lo que se le atribuye a Aldrich la invención de las compras en línea, de esta manera, los productos son mostrados con mayor realismo, y con la dinámica de que pueden ser exhibidos resaltando sus características, concretándose la venta directa mediante un teléfono y usualmente con pagos por medio de tarjeta de crédito.

A principio de 1990, aparecieron las primeras relaciones comerciales que utilizaban una computadora para transmitir datos. Este tipo de intercambio de información, sin ningún tipo de estándar, trajo consigo mejoras de los procesos de fabricación en el ámbito privado, entre empresas de un mismo sector. Es por eso que se trataron de fijar estándares para realizar este intercambio, el cual era distinto con relación a cada industria. Un ejemplo conocido de esto es el caso del supermercado mayorista Amigazo, esta empresa desarrolló un sistema para procesar órdenes de pedido



electrónicas, por medio de las cuales los clientes de esta empresa emitían órdenes de pedido desde sus empresas y ésta era enviada en forma electrónica. Esta implementación trajo importantes beneficios a Amigazo, ya que se eliminaron gran parte de errores de entregas y se redujeron los tiempos de procesamiento de dichas órdenes.

A finales de 1990 y principios de 2000, el comercio electrónico comenzó a ser definido como el proceso de compra de bienes y servicios a través de la Internet utilizando los servicios de pago seguros y finaliza con la compra electrónica, más parecido a lo que conocemos hoy en día.

3.2. Definición de comercio electrónico

El Comercio electrónico es el proceso de compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información a través de la red, (Internet).

También puede definirse como: "tipo de comercio basado en la interacción entre el consumidor y el vendedor/productor a través de nuevas tecnologías, tales como internet WAP TV, Web."⁵

El comercio electrónico puede definirse de diversas formas, y su definición va a depender desde la perspectiva que se estudie, así se encuentran las siguientes:

⁵ Burgos Daniel y De León Cruz. Comercio Electrónico, Publicidad y Marketing en Internet. Pág. 18



- a) **Desde una perspectiva de comunicaciones:** es la entrega de información de productos/servicios o pagos por medio de líneas telefónicas, redes de ordenadores o cualquier otro medio electrónico.

- b) **Desde una perspectiva de proceso de negocios:** consiste en la aplicación de la tecnología a la automatización de proceso de negocio y flujos de trabajo.

- c) **Desde el punto de vista de servicio:** es una herramienta que aumenta la satisfacción de la empresa y los clientes, mediante una reducción de costos, una mejora en la calidad de los productos y una mayor rapidez en la entrega de éstos.

- d) **Desde un punto de vista online:** el comercio electrónico facilita la compra-venta de productos, así como la obtención de mayor información, tanto de clientes como de productos, a través de la Internet o mediante otras redes que se encuentren interconectadas.

Es importante incluir la definición de la Organización Mundial de Comercio (OMC), por ser un ente que regula los parámetros para la realización del comercio a nivel mundial, estipulando que el comercio electrónico: “es la producción, mercadeo, ventas y distribución de productos y servicios vía redes de telecomunicaciones y seis principales instrumentos: a) teléfono; b) fax; c) televisión; d) transferencia electrónica de fondos; e) EDI, *Electronic data interchange* (intercambio electrónico de datos) y f) internet”.



En síntesis y derivado de estas definiciones se puede entender por consiguiente, como cualquier forma de transacción comercial en la cual las partes involucradas interactúan de manera electrónica en lugar de hacerlo de la manera tradicional con intercambios físicos o trato físico directo, por lo que es importante no considerarlo como una tecnología, sino que es el uso de la tecnología para mejorar la forma de llevar a cabo las actividades comerciales en la actualidad.

3.2.1. Definición legal de comercio electrónico

El Decreto 47-2008 Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, Artículo 2 segundo párrafo, estipula que el comercio electrónico: “Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de una o más comunicaciones electrónicas o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las operaciones siguientes: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, incluyendo el factoraje y el arrendamiento de bienes de equipo con opción a compra; de construcción de obras, de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; de inversión; de financiación; de banca; de seguros; de todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera”.



Cabe resaltar que el texto de esta ley, fue adoptado de la Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI), la cual en el Artículo 1, Ámbito de Aplicación, regula lo siguiente: “La presente Ley será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos utilizada en el contexto de **actividades comerciales**”, y dicha Comisión sugiere el texto a adoptar para los Estados que deseen ampliar el ámbito de aplicación de dicha Ley, al comercio electrónico de su país.

3.3. Características del comercio electrónico

Son varias las características propias del comercio electrónico, pero dentro de las más importantes se pueden mencionar las siguientes:

- 1) Es un medio de comercio virtual.** En el comercio tradicional, un mercado es un lugar físico al que acudimos para comprar o vender, en el comercio electrónico podemos hacerlo desde cualquier parte, a cualquier hora. Los sujetos que intervienen casi nunca tienen un contacto físico que les permita conocerse, lo contrario al comercio tradicional, en que las personas si pueden entablar una relación y pueden conocerse para verificar su existencia.

- 2) Alcance global:** El mercado potencial para las empresas de comercio electrónico es toda la población mundial con acceso a Internet. Desaparecen las barreras nacionales y regionales.



- 3) Es un medio de bajos costos.** Los estándares de Internet son mundiales, lo cual disminuye los costos de entrada al mercado para las empresas y también reduce el esfuerzo de búsqueda por parte de los consumidores. La comercialización por medio de Internet es de bajo costo de transacción debido a que el comercio electrónico ha ido centralizando la oferta y demanda de bienes y servicios, se presenta la facilidad de comparar precios, descripciones de productos, proveedores, y plazos de entrega.
- 4) Interactividad.** A diferencia de la mayor parte de medios tradicionales (salvo, hasta cierto punto, el teléfono), el comercio electrónico permite una comunicación en ambos sentidos entre el comerciante y el consumidor.
- 5) Es un medio de trascendencia económica.** En el comercio electrónico hay algo más que el medio de intercambio usado, esta forma de comercio va relacionada inseparablemente con la economía contemporánea, facilitando la globalización de la economía, provocando el constante crecimiento de las capacidades de los productores y de las necesidades y exigencias de los clientes; está claro que no es una simple novedad tecnológica; ya que tiende a evolucionar la economía.
- 6) Personalización.** El comercio electrónico permite personalizar la información a mostrar al consumidor su nombre, anunciar artículos en función de sus intereses o de compras anteriores.



7) Es un medio de comercio ágil. El comercio electrónico es un medio rápido que agiliza el tráfico patrimonial, tanto el pago del producto o servicio como la entrega se deben realizar en el menor tiempo posible, trayendo en consecuencia el aumento de las transacciones comerciales.

3.4. Sujetos del comercio electrónico

El comercio electrónico constituye un acto jurídico con contenido patrimonial, es decir un contrato, y por lo consiguiente, en toda contratación intervienen dos o más sujetos, y en el comercio electrónico no es la excepción, los cuales se dividen en: empresario (business), consumidores (consumer) y administración (government). Esta clasificación, será de mucha utilidad para tratar lo referente a los tipos de comercio electrónico, ya que ésta, se determina mediante la interacción de estos sujetos entre sí.

a) Empresarios

Es la persona física o jurídica, que desarrolla actividades económicas como el intercambio de bienes o prestación de servicios. Con respecto a esta definición al establecerse la empresa virtual dentro del llamado mercado virtual, muchos de los elementos que constituyen la empresa, han sufrido modificaciones, este es el caso del establecimiento, el cual no es necesario que exista físicamente, para determinar la existencia de la empresa, la mayoría ha optado por añadir o implementar la opción de



acceso por medios electrónicos y a la par conservar y/o crear un acceso físico, en los locales comerciales, existentes físicamente.

b) Consumidores

Existen dos nociones concretas que definen al consumidor como tal: a) una se refiere al consumidor **como cliente**, en la cual: “se incluye a cualquier persona que interviene en relaciones jurídicas situado en la posición de demanda en un hipotético caso y convencional vínculo con el titular de la oferta”⁶; b) “La que considera al denominado **consumidor final**”⁷. Siguiendo esta definición será consumidor el destinatario final en el mercado, es decir, aquel que adquiere los bienes o servicios para consumirlos o utilizarlos en un ámbito personal, familiar o doméstico. Por tanto no será destinatario final y por consecuencia tampoco consumidor, aquel que adquiere los bienes para volver a introducirlos al mercado. (Venderlos o cederlos a terceros ya sea en propiedad o en uso). Es muy importante resaltar, de acuerdo a lo anterior, que no se es consumidor, sino que se actúa como tal en un determinado momento.

c) Administración

La administración está conformada por todos los órganos e instituciones del Estado. Con respecto a este sujeto, la denominación no queda muy clara, ya que se suele usar indistintamente otras denominaciones, tales como: Gobierno (government).

⁶ Botana García, Gema. **Noción del Consumidor**. Pág. 30

⁷ Bércovitz R. Alberto. **Ámbito de aplicación y derechos de los consumidores**. Pág. 25



Al respecto Davara señala: “entendemos que el término administración es más adecuado pues engloba a otros organismos, además del poder ejecutivo, que pueden tener presencia en el entorno electrónico, como la administración de justicia o el parlamento, por ejemplo”⁸.

3.5. Clasificación del comercio electrónico

Existen múltiples criterios de clasificación del comercio electrónico, pero para efecto del presente trabajo se tomarán tres de los más usuales:

1) Según la participación de los sujetos o agentes económicos que intervienen

a) Comercio entre empresas (b2b)

Éste como ya se indicó anteriormente, constituye la actividad pionera en la utilización de las nuevas tecnologías, con la utilización de la transferencia electrónica de datos (EDI). El comercio electrónico B2B es más ágil que el que se realiza con el consumidor, ya que aquí no existe una relación de desequilibrio entre las partes, que dota de una legislación de protección al consumidor frente a los posibles abusos del empresario. Además, es importante indicar que este comercio generalmente es de gran escala es decir se trata de un comercio mayorista.

⁸ Davara & Davara Asesores Jurídicos, Microsoft Central Factbook. Comercio Electrónico. Págs.45-46



b) Comercio entre empresa y consumidor (b2c)

Que viene a ser la transacción electrónica, que se realiza entre la empresa y el consumidor derivado de que la Internet, se ha convertido en el gran medio para la comercialización. Es así que se crearon nuevas empresas, las llamadas empresas virtuales y las empresas ya existentes, vieron en Internet un negocio alternativo donde conseguir muchos más consumidores y así incrementar sus transacciones.

c) Comercio entre las empresas y la administración (b2a)

Es aquel que se lleva a cabo cuando las empresas realizan transacciones comerciales, actuando en calidad de proveedores de los distintos órganos de la de la administración pública, es decir del Estado.

d) Comercio entre consumidores (c2c)

En esta clase de comercio, son los particulares los que interactúan entre sí, realizando transacciones o intercambios de información. Internet está dotado de diversas Webs de subastas virtuales entre consumidores, que actualmente tienen gran éxito entre particulares, y que viene a poner en contacto a oferentes y demandantes de un determinado producto sin que exista la necesidad de intermediario.



e) Comercio entre administración y consumidor (a2c)

Se trata de una nueva incursión, de parte de algunas instituciones de la administración, aún poco usada, pero con muy buenos resultados, como es el caso de la administración tributaria, usada incluso, para el pago de impuestos vía electrónica o en otras instituciones para la solicitud de información. Para el caso de Guatemala, podría mencionarse el pago de impuestos de personas individuales y jurídicas, a la Superintendencia de Administración Tributaria.

2) En función al medio utilizado

a) Comercio electrónico directo o comercio electrónico online

Es el que tiene por objeto la transacción de bienes intangibles, en los cuales el pedido, pago y envío se producen en línea (online), siendo claros ejemplos de esta modalidad las transacciones de software y música, es aquel que puede perfeccionarse contractualmente y completarse la ejecución del contrato y la satisfacción de los contratantes únicamente a través de la red, utilizando solamente medios electrónicos. Por tanto el contrato se perfecciona por medios electrónicos (título), pero también la “cosa” o, generalmente, el servicio se entregan o satisfacen electrónicamente.



Otra definición sostiene que es aquel que se lleva a cabo exclusivamente a través de un medio electrónico, típicamente Internet, por los que se refiere al comercio de bienes y/o servicios digitalizados.

b) Comercio electrónico Indirecto o comercio electrónico offline

Es aquel utilizado para la adquisición de bienes tangibles, contenidos en un soporte material, si bien las transacciones se realizan electrónicamente, al ser cosas y objetos tangibles deben ser enviados usando canales de distribución tradicionales, "...por lo que la ejecución de esa obligación coincide con la que tendría lugar de haberse concluido la transacción por medio del comercio tradicional".⁹ El comercio electrónico indirecto comprende las transacciones realizadas por medios electrónicos relativas a bienes tangibles, que no pueden descargarse u obtenerse directamente a través de Internet. El contrato puede perfeccionarse en línea con todos sus elementos, pero su ejecución precisa de medios materiales que exceden al mundo virtual.

3) Atendiendo al entorno tecnológico

a) Comercio electrónico abierto

Es aquel que se realiza cuando los contratos se perfeccionan y eventualmente se ejecutan en redes abiertas de telecomunicación (Internet).

⁹ De Miguel Ascencio, Pedro Alberto. **Derecho Privado de Internet**. Pág. 344



b) Comercio electrónico cerrado

Cuando la contratación tiene lugar en redes cerradas, en las que sólo pueden operar quienes cuentan con la pertinente habilitación contractual, sin la cual el acceso a dichas redes resulta vedado (EDI).

3.6. Estructura del comercio electrónico

Para poder implementar una empresa de comercio electrónico, se requieren de una serie de herramientas, dispositivos y tecnología de la cual se debe tener cierto nivel de conocimiento:

- a) Hardware; que van a ser los servidores donde se guardarán los archivos del sitio de la empresa (página web) ahí se deben actualizar y cuidar los archivos.
- b) Software; además de la página web se necesita uno o varios software de tipo web para administrar el sitio, para realizar procesos repetitivos, etc.

Los componentes hardware y software, redes y base de datos, así como la arquitectura de Tecnologías de la Información deben ser proporcionadas para el servicio de comercio electrónico según la categoría en que se va a operar.



- c) Manejo de datos; bases de datos, para almacenar información como datos de clientes, catálogos de productos o servicios, precios, etc. buscadores, contratar o crear de forma adecuada el sitio para que los clientes puedan localizar el sitio web de la empresa en los buscadores más utilizados.
- d) Seguridad; autenticación para verificar la identidad de los clientes. Criptografía; para que los datos se transmitan cifrados es decir que sólo el emisor y el receptor puedan leerlos. Firewalls; para asegurarse que el sitio esté protegido ante ataques externos.
- e) Mecanismos de Pago: Elegir una o más formas de pago para los clientes, tarjetas de cinta magnética (crédito, débito, etc.), smart cards (tarjetas de chip), cheques electrónicos, efectivo electrónico, transacción electrónica segura (SET), recibo electrónico de pago, certificados de pago.

3.6.1. Ventajas y desventajas del comercio electrónico

Ventajas

a) Para los clientes

- 1) **Permite el acceso a más información.** La naturaleza interactiva de la Web y su entorno hipertexto permiten búsquedas profundas no lineales que son iniciadas y controladas por los clientes, por lo tanto las actividades de mercadeo mediante la



Web están más impulsadas por los clientes que aquellas proporcionadas por los medios tradicionales.

2) Facilita la investigación y comparación de mercados. La capacidad de la Web para acumular, analizar y controlar grandes cantidades de datos especializados permite la compra por comparación y acelera el proceso de encontrar los artículos.

3) Reducción de costos y precios. Conforme aumenta la capacidad de los proveedores para competir en un mercado electrónico abierto se produce una baja en los costos y precios, lo cual es consecuencia del uso de la tecnología cada vez más común y al mismo tiempo más barata, lo cual provoca la oferta de una variedad de productos y servicios, flexibilidad de horarios, elimina la necesidad de desplazamiento de un lugar a otro, de hecho tal incremento en la competencia mejora la calidad y variedad de los productos y servicios.

b) Para las empresas

1) Mejoras en la distribución. La Web ofrece a ciertos tipos de proveedores, industria del libro, servicios de información, productos digitales, la posibilidad de participar en un mercado interactivo, en el que los costos de distribución o ventas tienden a cero. Por ejemplo, los productos digitales (software) pueden entregarse de inmediato, dando fin de manera progresiva al intermediarismo, también compradores y vendedores se contactan entre sí de manera directa, eliminando así restricciones



que se presentan en tales interacciones. De alguna forma esta situación puede llegar a reducir los canales de comercialización, permitiendo que la distribución sea eficiente al reducir sobre costo derivado de la uniformidad, automatización e integración a gran escala de sus procesos de administración, y se puede disminuir el tiempo en realizar las transacciones comerciales, incrementando la eficiencia de las empresas.

- 2) **Comunicaciones de mercadeo.** Actualmente, la mayoría de las empresas utiliza la Web para informar a los clientes sobre la compañía, aparte de sus productos o servicios, tanto mediante comunicaciones internas como con otras empresas y clientes, la Web ofrece otro tipo de beneficios conducentes a desarrollar las relaciones con los clientes. Este potencial para la interacción facilita las relaciones de mercadeo así como el soporte al cliente, hasta un punto que nunca hubiera sido posible con los medios tradicionales.

- 3) **Aumento de las ventas y la competitividad.** Para que una empresa realice sus transacciones online debe tener en cuenta que está compitiendo con otras muchas en el mundo y para ello debe contar con amplios mercados, el mercado está delimitado por la cobertura de la red, esto es una buena ventaja ya que las fronteras son tecnológicas y no geográficas lo cual permite el desarrollo de un gran negocio para mercados lejanos que lógicamente debe tener como resultado un incremento en las ventas, un sitio web se encuentra disponible las veinticuatro horas del día bajo demanda de los clientes.



4) Beneficios operacionales y baja de costos. El uso empresarial del Web reduce errores, tiempo y sobrecostos en el tratamiento de la información, los proveedores disminuyen sus costos al acceder de manera interactiva a las bases de datos de oportunidades de ofertas, enviar éstas por el mismo medio, y por último, revisar de igual forma las concesiones; además, se facilita la creación de mercados y segmentos nuevos, el incremento en la generación de las ventas, la mayor facilidad para entrar en mercados nuevos, especialmente en los geográficamente remotos, y alcanzarlos con mayor rapidez. Todo esto se debe a la capacidad de contactar de manera sencilla y a un costo menor a los clientes potenciales, eliminando demoras entre las diferentes etapas de los subprocesos empresariales.

Desventajas

a) Para los clientes

- 1) Seguridad.** Una de las principales barreras es la que hace referencia tanto a la privacidad de los datos personales como a la de los medios de pago. Todavía existe mucho temor por parte del usuario a proporcionar datos personales, y aun más cuando se trata de ingresar un número de tarjeta de crédito, todo ello derivado del desconocimiento y prejuicios sobre su uso.
- 2) Dificultad de realizar el proceso de compra.** Debido a la forma de organización de la información en el sitio Web, por ejemplo formularios complejos, excesivo número



de requisitos, etc. Aunque quizá esta barrera en la actualidad ya ha sido superada, no obstante, es necesario tener presente que toda modalidad de comercio que se desarrolle en Internet necesariamente deberá cumplir con dos características esenciales como lo son utilidad, que permita al usuario cumplir con sus objetivos y usabilidad, es decir, que sea sencilla de utilizar.

c) Velocidad de las comunicaciones y costo del acceso a internet. El costo de acceso en internet aún es elevado en algunos países, y mientras no se establezca una auténtica y económica tarifa plena y no se reduzca el costo de acceso a sistemas de transmisión más rápidos, no será posible una auténtica globalización en el uso de Internet y, en consecuencia, del comercio electrónico.

b) Para la empresa

1) Seguridad. Sin duda es uno de los aspectos que más preocupa a los integrantes de la actividad de intercambio a través de Internet. Especialmente en modelos avanzados en los que se da acceso a los contenidos de las aplicaciones corporativas, cuyo contenido es vital para el desarrollo de la empresa en el mercado.

2) Falta de adecuación del producto al canal. No todos los productos poseen la misma aceptación en Internet. Aquellos que son bien aceptados son libros, música, películas, electrodomésticos, *software*, juegos, repuestos y mobiliario.



3) Embrionaria estructura financiera. Dificulta los medios de pago *online*, ya que lo ideal dentro de esta modalidad es que el proceso de intercambio se realice íntegramente a través de Internet, es decir, que se cierre la transacción y pago, aunque actualmente este obstáculo casi ha sido superado.

3.6.2. Diferencia entre el comercio electrónico y el comercio tradicional

Uso de la Internet; queda muy claro que la participación de la Internet es necesaria para la existencia del comercio electrónico. Ésta es una diferencia básica con el comercio tradicional.

Capacidad de respuesta competitiva en tiempo real; los escritores contemporáneos que se enfocaron en el tema de la estrategia introdujeron la idea de la competencia con base en la velocidad la hipercompetencia para indicar que es muy importante la velocidad en los negocios de actualidad. Gracias a las nuevas tecnologías, las tomas de decisiones que antes llevaban meses ahora toman minutos, en el comercio tradicional un potencial comprador le puede tomar mucho tiempo decidirse a comprar algo que inclusive tiene a la vista.

Una tienda virtual siempre está abierta; una vez creado su sitio Web, éste está disponible para todo el mundo todos los días de todas las semanas de todo el año. A este tipo de horario se le conoce como 24X7; esto es de beneficio tanto para el proveedor como para el cliente ya que el comprador podrá recopilar información



importante o buscar productos en el momento que lo desee, no sucede lo mismo con el comercio tradicional, donde los comercios tienen un horario establecido.

Una interfaz con el cliente basada en la tecnología: en los negocios tradicionales los clientes realizan transacciones diariamente en persona o por teléfono con empleados o gerentes de ventas. La interfaz basada en la tecnología permite que el cliente tenga una interacción a través de una pantalla. Esta interacción ocurre con los cajeros automáticos, en los monitores de las computadoras, entre otros dispositivos electrónicos

El cliente controla la interacción: en la mayoría de los sitios Web el cliente tiene el control durante las interacciones pantalla a cara, gracias a que la Web maneja un modelo de "autoservicio". El cliente maneja el proceso de búsqueda, su tiempo invertido en la página, la gente con la que entra en contacto y la decisión de compra. En el comercio tradicional, cuando un cliente entra a una tienda, normalmente es recibido por un vendedor que le aconseja productos o le da un recorrido por el lugar, es decir trata de influir en la decisión de compra. En las tiendas virtuales esto no ocurre, pero sí se puede tratar de darle promociones únicas, que están basadas en los productos que revisó en sus visitas pasadas, o en las elecciones de personas con gustos similares.

Conocimiento del comportamiento del cliente: la empresa puede observar la conducta del consumidor sin hacerle sentir que esto es invasivo para él, existen empresas de medición como Vividence y Accrue, que llevan un registro de muchos



comportamientos: sitios web visitados, duración de las visitas, páginas visitadas, contenido de listas de deseos y carritos de compras, adquisiciones, monto de las compras, comportamiento en compras repetidas, número de visitantes que completan el proceso de compra y otras mediciones. Todo lo anterior no es posible, y si lo fuera quizás resultaría muy oneroso, o no resulta costeable, en las compras tradicionales.

3.7. El comercio electrónico en Guatemala

Derivado del crecimiento de la Internet en el siglo XXI, el comercio electrónico es una forma barata y efectiva para el crecimiento de ventas, haciendo una buena segmentación del mercado, ya que sabiendo llegar a los clientes potenciales, las posibilidades de realizar ventas, se puede crecer más que en el método tradicional. Se pueden encontrar diversidad de productos, desde comida rápida, hasta servicios bancarios, pasando por hoteles con servicios especializados, empresas que cada vez tienen mayor presencia en un mercado que de igual forma gana más adeptos en nuestro medio.

Es así como algunas empresas que han tenido visión de crecimiento mucho más amplio que otras, sabiendo que la tendencia es interactuar cada vez más en forma virtual, que personalmente, han optado por poner a disposición sus productos y servicios en la red, dentro de las cuales se encuentra:



Office Depot. Office Depot Internacional es una librería a gran escala, con operaciones formales en Guatemala, desde 2002, la cual fomenta las compras tipo supermercado, lo cual se presenta como algo innovador en el mercado.

Banco Industrial. Es una corporación financiera, prestadora de servicios varios como banca, seguros, ahorros, préstamos, pago de servicios, operaciones que en su mayoría se pueden realizar en línea.

La Curacao. Empresa dedicada al comercio de electrodomésticos al detalle, especialmente a nivel centroamericano, ingresando a partir de 2004 al mercado de Estados Unidos.

McDonald's. Cadena de restaurantes de comida rápida, cuya especialidad son las hamburguesas, y que desde hace varios años implementó para comodidad de sus clientes los pedidos vía internet.

Hotel Casa Santo Domingo. Empresa dedicada a la hotelería ubicada en Antigua Guatemala, la cual tiene la calificación de cinco estrellas, cuyo servicio de reservación de habitaciones, así como el pago de las mismas se puede realizar en línea.

Movistar. Empresa de telefonía móvil, que últimamente ha expandido sus negocios a la Internet, aunque su mayor negocio, al igual que las otras compañías de telefonía, es la recarga de saldo por vía electrónica.



Pollo Campero. Cadena de restaurantes que ha expandido sus ventas, a través de franquicias a nivel mundial, y que también ha implementado para sus consumidores los pedidos vía internet.

Es tal la importancia del comercio electrónico en Guatemala, que según datos estadísticos proporcionados por el Comité de Importación y Exportación (Combex Im), la empresa CPS Logistics, emitió un informe en el cual refiere que en el año 2010, las importaciones producto del comercio electrónico fueron de Q125.8 millones entre los meses de enero y mayo, reflejando un aumento de la demanda de servicios de compras por Internet, como resultado de la mayor facilidad del acceso a la red, lo que permite ofrecer más opciones y llegar a mayor número de usuarios, observándose una creciente tendencia a la aceptación en los servicios que se prestan por esa vía, que hasta hace poco era desconocida.

Dentro de la preferencia de los guatemaltecos para realizar compras vía internet, prevalece la adquisición de boletos aéreos, libros, música y software, según reporte de Visa International, lo cual representó un crecimiento del cincuenta y dos por ciento respecto de 2009, mientras que para el año 2012, hubo un incremento considerable en lo que respecta a pago de servicios tales como, cuotas de la universidad, de celular y compra de tiempo de aire.



3.8. El comercio electrónico internacional

3.8.1. Estados Unidos

De acuerdo a datos correspondientes al último trimestre de 2010, las cifras de compras *online* aumentaron un 11%, según un estudio publicado por comScore, (compañía de investigación de marketing en Internet) lo cual traducido en cifras reflejó un gasto en compras online durante este periodo de 43.400 millones de dólares; con un incremento del 11% con respecto al mismo período del año 2009, figurando dentro de los productos más vendidos lo concerniente a software, productos de electrónica, libros y publicaciones, periféricos y productos de informática como ordenadores de bolsillo, agendas electrónicas y entretenimiento, videojuegos, música, productos que experimentaron un crecimiento de al menos un 15% en relación con el año 2009.

Otro dato importante es que el 68.4% del dinero gastado por compras online fue a través de las veinticinco tiendas online más grandes del mercado, tales como Amazon, ebay, mercado libre; reflejando un incremento del 5.6% con respecto a 2009.

Durante 2011, según datos ofrecidos por el United States Department of Commerce, (Departamento de Comercio de Estados Unidos), la facturación del comercio electrónico alcanzó una cifra de 194.300 millones de dólares (aproximadamente 155.000 millones de euros), con un crecimiento del 16,1% con respecto a 2009.



Entre enero y marzo de 2012, el crecimiento se mantuvo alcanzando un (17%), lo cual traducido en cifras equivale a 44.282 millones de dólares, según informe de ComScore. El primer trimestre del año fue especialmente fuerte para el comercio al detalle en línea al retornar a un crecimiento alto, que no se veía desde 2007", señaló Gian Fulgoni, jefe de comScore en una nota de prensa, indicando que en medio de la lenta recuperación económica de Estados Unidos, las compras vía electrónica se están acelerando, lo que representa un reto para el comercio tradicional.

Destaca el informe que los productos más comercializados son suscripciones y contenido digital, software, electrónicos, joyería y relojes y entradas para eventos, resaltando que 38% de los usuarios de tabletas señalaron haber realizado compras desde su dispositivo y la categoría más popular entre esas transacciones es prendas de vestir.

3.8.2. España

En el primer trimestre de 2011, el comercio electrónico en España alcanzó un volumen de negocio de 2.055,4 millones de euros, lo que supone un 23,1% más que en el mismo trimestre de 2010; con un total de 30,2 millones de operaciones.

Del total generado en el primer trimestre se distribuyó principalmente entre las siguientes diez ramas de actividad, siendo éstas: las agencias de viajes y operadores turísticos (12,4%), el transporte aéreo (12,2%), el marketing directo (6,3%), el transporte



terrestre de viajeros (6,1%), los juegos de azar y apuestas (4,9%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (4,1%), la educación (3,7%), las prendas de vestir (3,5%), la publicidad (3,0%) y por último, los ordenadores y programas informáticos (2,4%).

La cifra de negocio del comercio electrónico generado en España y dirigido a puntos de venta virtuales dentro del país fue de 817,9 millones de euros, el 39,8% del importe total, con 11,6 millones de operaciones.

El sector turístico, considerado como la agregación del transporte terrestre de viajeros, las agencias de viaje y operadores turísticos y el transporte aéreo (13,9%, 13,3% y 12,8% respectivamente), esta categoría constituyó el 40% de los ingresos del comercio electrónico. También resultaron relevantes los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (7,9%), el marketing directo (7,3%), las prendas de vestir (3,7%) y la publicidad (3,6%), la educación (3,5%), la Administración Pública, impuestos y Seguridad Social (3,3%), y por último los electrodomésticos, radio, televisión y sonido (2,8%).

Para el 2012 el total de facturación alcanzó en el segundo trimestre de los 2.640,8 millones de euros, un 13,7% más que en el mismo período de 2011, un registro que supone una cifra histórica, datos proporcionados del Informe de Comercio Electrónico del segundo II Trimestre del 2012, publicado por la CMT y que contabiliza las compras realizadas por Internet mediante tarjeta de crédito.



El total de ventas en línea se distribuyó principalmente entre agencias de viajes y operadores turísticos (13,8%) y el transporte aéreo (13,8%). Les siguieron en la clasificación de ramas de actividad con mayor volumen de negocio el marketing directo (6,5%), el transporte terrestre de viajeros (4,8%), los juegos de azar y apuestas (3,5%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (3,4%), la publicidad (3%) y las prendas de vestir (2,5%).

Las operaciones realizadas desde el exterior con España ya alcanzan un 15% del total, con una facturación de 394,5 millones de euros. El sector turístico (agencias de viajes, operadores turísticos, transporte aéreo, hoteles, etc.), generó el 58,4% de los ingresos en las transacciones desde el exterior con España.

Por otra parte, la compra-venta de bienes y servicios a través de Internet desde España al extranjero facturó 1.137,9 millones de euros y supuso un 43,1% del total. Mientras, el comercio online dentro de España también creció y representó un 42%, alcanzando la cifra de 1.108,4 millones de euros.

3.8.3. Brasil

Brasil es el país que según un estudio realizado por América Economía Intelligence y comisionado por Visa IncBrasil ocupa el primer lugar entre los países de Latinoamérica con mayor índice de comercio electrónico.



En 2010, las ventas por internet alcanzaron la cifra de 14.800 millones de reales equivalente a unos 8.412 millones de dólares, observándose un crecimiento del 40% en relación a 2009.

El comercio electrónico brasileño registró durante 2011 ingresos por valor de 18.700 millones de reales, unos 11.166 millones de dólares, que significaron un incremento del 26%, en relación a 2010, de acuerdo al informe rendido por la consultora e-bit.

Según el informe elaborado por e-bit junto con la Cámara Brasileña de Comercio Electrónico, Brasil registró nueve millones de nuevos consumidores electrónicos que permitieron cerrar el año con 32.0 millones de personas que realizaron al menos una compra por internet, a su vez, el estudio destacó que el consumidor brasileño continuó con la tendencia de adquirir cada vez más productos de mayor valor agregado, como electrónicos, y también se observó el aumento de las ventas de los sectores de moda y accesorios, siendo las principales categorías que movilizaron el comercio virtual brasileño los electrodomésticos que representó el 15% del total de las ventas, informática 12%, productos electrónicos 8%, salud, belleza y medicamentos 7% y moda y accesorios 7%.

Para el año 2012, el comercio electrónico facturó 22,500 millones de reales, equivalente a 11,500 millones de dólares, impulsado principalmente por el acceso al consumo de la creciente clase media, según el estudio 10.3 millones de personas, sobre todo de la clase media y media baja, realizaron compras por Internet por primera vez. El total de



compradores online alcanzó 42.2 millones en el país, el estudio se centra en el comercio electrónico, restringido a los bienes de consumo.

Los productos más comprados en línea en dicho año fueron, electrodomésticos, moda, belleza, medicamentos, informática y artículos para el hogar, la mayoría de las compras 73% se realizó con tarjeta de crédito.

Brasil, con 191 millones de habitantes, unas 78,5 millones de personas tienen acceso a internet, según los últimos datos de la encuestadora Ibope Nielsen Online. Aunque el mercado interno esté creciendo, el escenario internacional podría influenciar los resultados de este año, indicó e-bit en un comunicado, el informe analiza las compras en 5.000 tiendas asociadas y la experiencia de consumidores de todo el país a través de cuestionarios, en el estudio no se incluyen las ventas de pasajes aéreos ni de automóviles.

Las ventas de comercio electrónico en Brasil aumentarán un 178% para alcanzar los 22 mil millones de dólares en 2016 según un nuevo estudio de Forrester Research Inc. publicado en 2011. El estudio de Forrester sobre la perspectiva del comercio minorista en línea en América Latina afirma que la mayor parte del crecimiento de Brasil se deberá a la compra de productos electrónicos de consumo, los cuales componen actualmente el 37% de las ventas minoristas en línea. El informe también menciona que los 81 millones de usuarios Web de Brasil tienen una presencia activa en las redes



sociales, y esperan ofertas como envíos gratis o condiciones de pago sin interés en sus compras en línea.

El potencial de Brasil no es un secreto y por eso está atrayendo a grandes como Apple o Amazon, que estaría iniciando operaciones en septiembre de 2012, o Walmart que ha confirmado ampliar su presencia en dicho país.

3.8.4. Chile

Chile muestra el segundo lugar en Latinoamérica, después de Brasil, en materia de infraestructura de las tecnologías de información y comunicación en lo que se refiere al desarrollo de mercados, bancarización y adopción de nuevas tecnologías por parte de los consumidores, señaló un estudio de comisionado por Visa y llevado a cabo por América Economía Intelligence.

De acuerdo con el informe de World Internet Project (WIP), 27% de las grandes empresas chilenas usan internet como canal de venta y 40% de las facturas que se emiten son electrónicas.

Los internautas del país ya alcanzan al 41% de la población y usan Internet de forma activa por 3,6 horas diarias. En el comercio, 27% de las grandes empresas chilenas usan Internet como canal de venta, 33% tiene publicidad online, según lo demostraron los estudios World Internet Project (WIP) y el Business and Information Technology (BIT),



ofertas en línea, un 78% de los usuarios lo hace por comodidad y un 68% considera que encuentra mejores ofertas en Internet.

Los sitios que los internautas chilenos prefirieron de acuerdo a estudios de Transbank, fueron LAN.com, un 50% de quienes efectuaron compras online lo hicieron en este portal, un 48% realizó compras en Falabella.com y un 35% lo hizo en MercadoLibre.

3.9. Regulación del comercio electrónico en Guatemala

Existen en Guatemala varias leyes en las cuales se encuentra regulado el comercio electrónico, tal es el caso del Decreto Ley 106 Código Civil, que en el Artículo 1256 estipula: “Cuando la ley no declare una forma específica para un negocio jurídico, los interesados pueden usar la que juzguen conveniente”.

Así también el Decreto Número 2-70 Código de Comercio de Guatemala, en el Artículo 671 regula: “los contratos de comercio no están sujetos, para su validez, a formalidades especiales. Cualesquiera que sean la forma y el idioma en que se celebren, las partes quedarán obligadas de la manera y en los términos que aparezca que quisieron obligarse”.

No obstante la ley especial que vino a regular de una forma específica el comercio electrónico, las comunicaciones y la firma electrónica, es el Decreto 47-2008 del Congreso de la República, Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y



Firmas Electrónicas, la cual regula en el Artículo 1 Ámbito de Aplicación: “El Estado y sus instituciones quedan expresamente facultados para la utilización de las comunicaciones y firmas electrónicas. “En las transacciones y actos realizados exclusivamente entre sujetos privados y que no afecten derechos de terceros, las partes podrán convenir en la aplicación de los mecanismos previstos en esta ley o bien de cualesquiera otras alternativas que deseen para asegurar la autenticidad e integridad de sus comunicaciones electrónicas”.

En el Artículo 2 regula, Comercio Electrónico: “Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las operaciones siguientes: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, incluyendo el factoraje y el arrendamiento de bienes de equipo con opción a compra; de construcción de obras, de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; de inversión; de financiación; de banca; de seguros; de todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera”.

Es importante señalar que dicha ley también regula en el Artículo 51, la protección del consumidor que hace uso del comercio electrónico, en cuanto a que las empresas deben respetar sus intereses como tal, prohibiéndoles el uso de publicidad engañosa o fraudulenta en la publicación de sus ofertas de productos o servicios.



La ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, cobro vigencia en el año 2008, la cual regula la aplicación del comercio electrónico, así como el uso de las comunicaciones electrónicas y la firma digital, que van inmersas en esta modalidad de realizar operaciones mercantiles, teniendo un alcance protector de los derechos de los usuarios y consumidores que utilizan el comercio electrónico, otorgándoles la protección legal correspondiente.

Cabe resaltar que para la creación del Decreto 47-2008, se tomó de base la Ley Modelo Sobre Comercio Electrónico, aprobada por la Comisión de las Naciones Unidas Para el Derecho Mercantil Internacional, atendiendo a la recomendación hecha por La Comisión a los gobiernos y organizaciones internacionales, de adoptar el contenido de la Ley Modelo, al momento de crear una ley reguladora de las comunicaciones electrónicas, para garantizar la seguridad jurídica y facilitar el uso del comercio electrónico, así como la aceptación por parte de otros Estados que tengan sistemas jurídicos, sociales y económicos diferentes, con el fin de establecer relaciones económicas internacionales armoniosas.

3.9.1. Regulación del comercio electrónico a nivel internacional

Surge en 1986 la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico, la cual es aprobada por La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, que en su primera parte regula el comercio electrónico en general y su ámbito de aplicación; de



igual forma regula lo relativo a las comunicaciones electrónicas y la firma a través de un mensaje de datos, es decir la firma electrónica.

Aunque esta ley no especifica lo que es el comercio electrónico, entre los medios de comunicación aplicables a dicho concepto, figuran la comunicación por medio de EDI, que es el intercambio electrónico de datos de una terminal informática a otra; la transmisión de mensajes electrónicos utilizando normas patentadas o de libre acceso; y la transmisión por vía electrónica de textos de formato libre a través de Internet más conocido como correo electrónico.

- Perú

La Constitución Política del Estado en el Artículo 58, que precisa: “el Estado orienta el desarrollo del país, y principalmente las áreas de promoción de empleo, salud, educación, seguridad, servicios públicos e infraestructura, por lo que resulta necesario dar un marco legal adecuado que permita el desarrollo de las distintas empresas a través de una forma de acceder al mercado. Debido al proceso de globalización de la economía que se viene dando a nivel mundial, el acceso a los mercados a través de medios electrónicos se presenta como una necesidad en toda empresa y actividad productiva, grande o pequeña, para poder competir”.

La Ley N 27291, modifica el Código Civil en el Artículo 141, que regula la manifestación de voluntad: “La manifestación de voluntad es expresa, cuando se realiza en forma oral



o escrita, a través de cualquier medio directo, manual, mecánico, electrónico u otro análogo”. Se agrega el artículo 141 A, en el que se expresa que, “en los casos en que la ley establezca que la manifestación de voluntad deba hacerse a través de alguna formalidad expresa o requiera de firma, ésta podrá ser generada o comunicada a través de medios electrónicos, ópticos o cualquier otro análogo, con lo cual se tiene un reconocimiento expreso de la firma electrónica”. Así mismo estipula lo concerniente a la oferta y aceptación a través de soportes electrónicos, Artículo 1374 del Código Civil, que facilita en parte el uso del comercio electrónico.

La Promulgación de la Ley 27310, que modifica el Artículo 11 de la Ley 27269 Ley de Firmas y Certificados, donde se le da validez legal y eficacia a los certificados emitidos por entidades extranjeras, siempre que sean reconocidas por la Autoridad Administrativa Competente.

La Ley 27429 de Notificación mediante Correo Electrónico, la misma que modifica el Art. 163 del Código Procesal Civil, teniendo por válido la notificación a través del correo electrónico.

Ley 27309 de Los Delitos Informáticos, que reprime punitivamente el ingreso indebido a una base de datos, sistema o red de computadoras o cualquier parte de la misma para diseñar, ejecutar, alterar un esquema u otro similar, o para interferir, interceptar, acceder o copiar información en tránsito o contenida en una base de datos.



Frente al mundo virtual la legislación peruana contenida en Códigos y normas específicas del comercio tradicional, ha tenido que adaptarse a esta nueva realidad, para su regulación, otorgando los medios legales para que el comercio electrónico tan desarrollado en dicho país, se pueda practicar bajo una normativa de protección para las partes involucradas.

- España

El 11 de Julio de 2002 se promulgó La Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico, en su Título IV, Contratación por Vía Electrónica Artículo 23, Validez y Eficacia de los Contratos Celebrados por Vía Electrónica: “Los contratos celebrados por vía electrónica producirán todos los efectos previstos por el ordenamiento jurídico, cuando concurren el consentimiento y los demás requisitos necesarios para su validez. Para que sea válida la celebración de contratos por vía electrónica no será necesario el previo acuerdo de las partes sobre la utilización de medios electrónicos. Siempre que la Ley exija que el contrato o cualquier información relacionada con el mismo conste por escrito, este requisito se entenderá satisfecho si el contrato o la información se contiene en un soporte electrónico”.

Dicha ley otorga protección al consumidor en la etapa precontractual en el Artículo 27, Obligaciones previas a la contratación:



- 1) Además del cumplimiento de los requisitos en materia de información que se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información que realice actividades de contratación electrónica tendrá la obligación de poner a disposición del destinatario, antes de iniciar el procedimiento de contratación y mediante técnicas adecuadas al medio de comunicación utilizado, de forma permanente, fácil y gratuita, información clara, comprensible e inequívoca sobre los siguientes extremos:
- a) Los distintos trámites que deben seguirse para celebrar el contrato.;
 - b) Si el prestador va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si éste va a ser accesible;
 - c) Los medios técnicos que pone a su disposición para identificar y corregir errores en la introducción de los datos, y
 - d) La lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato.

La protección del consumidor al momento de perfeccionar el contrato está establecida en el Artículo 23 de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, regulando la validez del contrato electrónico; de igual forma el Artículo 1278 del Código Civil, regula el Principio de Libertad de Forma de los Contratos, la cual permite que en el comercio electrónico se utilicen modalidades de perfeccionamiento del contrato tales como los acuerdos **click-wrap**, que consiste en bajar el programa de ordenador y en el proceso de instalación aparece la licencia, y **web-wrap**, en el cual en la página de Internet



aparece el acuerdo, y el Artículo 27.1 regula la obligación de informar acerca del proceso de perfeccionamiento del contrato.

En la fase post contractual se establecen dos derechos que son imperativos e irrenunciables para el consumidor, en el Artículo 3.3 del Real Decreto 1906/99, la cual estipula la confirmación del contrato y las condiciones generales de la contratación en soporte duradero; es decir el consumidor tiene el derecho de que el proveedor le envíe la documentación del contrato y las condiciones generales de contratación.

La Ley General de Defensa de Consumidores y Usuarios, regula los Contratos Celebrados a Distancia en el Artículo 92, "se regirán por lo dispuesto en este título los contratos celebrados con los consumidores y usuarios en el marco de una actividad empresarial, sin la presencia física simultánea de los contratantes, siempre que la oferta y aceptación se realicen de forma exclusiva a través de una técnica cualquiera de comunicación a distancia y dentro de un sistema de contratación a distancia organizado por el empresario. Se consideran técnicas de comunicación a distancia: el catálogo; el teléfono, con o sin intervención humana, tal es el caso de las llamadas automáticas o el audiotexto; la radio; el teléfono con imagen; el videotexto con teclado o pantalla táctil, ya sea a través de un ordenador o de la pantalla de televisión; el correo electrónico; el fax y la televisión".

Existen otras normas que regulan aspectos específicos del comercio electrónico, tales como el Real Decreto 322-2008, sobre el régimen jurídico de las entidades de dinero



electrónico; La Ley 21-2011, del 26 de julio, dinero electrónico; el Real Decreto 1163-2005, por el que se regula el distintivo público de confianza en los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

Se puede establecer, de acuerdo a la legislación antes indicada, que los usuarios de las comunicaciones electrónicas y específicamente del comercio electrónico, cuentan con una legislación que les permite realizar operaciones mercantiles vía internet, como si se tratara de una operación de comercio tradicional, derivado de la certeza y seguridad jurídica que la normativa española otorga, la cual protege desde la fase pre contractual, pasando por el perfeccionamiento del contrato, y por supuesto en la fase post contractual, son algunas de las razones por las que este país es considerado pionero en cuanto a legislación de la materia se refiere.

- Estados Unidos

A mediados de 1986 se crea la Electronic Communications Act, la cual tipifica como delito la interceptación o alteración, internacional y sin autorización, de comunicaciones electrónicas almacenadas por los proveedores de estos servicios.

Se destaca la Ley de Firma Digital del Estado de Utah en mayo de 1995, conocida como Utah Digital Signature Act, que fue el primer estado en legislar el uso comercial de la firma digital, así como la utilización de criptografía asimétrica y fue diseñada para



ser compatible con varios estándares internacionales. Prevé la creación de certificadores de clave pública licenciados por el Departamento de Comercio del estado. En 1999, el Estado de Virginia crea la Consumer and Investor Access to Information, cuyo objeto es proteger a los editores de bases de datos de invasores que intenten apropiarse de las mismas.

El 30 de junio de 2000 se emite la Electronic Signatures in Global and National Commerce Act, (Firmas Electrónicas y la Ley Nacional de Comercio), es una ley federal de Estados, aprobada por el Congreso de EE.UU. para facilitar el uso de documentos electrónicos y firmas electrónicas de un estado a otro y el comercio exterior, asegurando la validez y efectos jurídicos de contratos celebrado por vía electrónica.

Aunque cada estado tiene por lo menos una ley relativa a la firma electrónica, es la ley federal que establece las directrices para el comercio interestatal. El objetivo general de la Ley ESIGN se explica en la primera sección (101.a), que el contrato o la firma "no se les puede negar efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria, ya que es en forma electrónica". Esta declaración establece que la firma electrónica y los registros son tan buenos como su equivalente en papel, y por lo tanto sujetos al mismo escrutinio legal de autenticidad que se aplica a los documentos en papel.

Virginia es uno de los estados donde se ha aprobado legislación local para el control del comercio electrónico; la Consumer and Investor Access to Information, (consumidores e Inversores Acceso a la Información; creada en 1999, para promover el comercio



electrónico a través de la mejora del acceso de los consumidores a las bases de datos electrónicas, incluyendo bases de datos de información del mercado de valores. Su objeto consiste en proteger a los editores de bases de datos de invasores que intentan apropiarse de la misma.

Siendo este país uno de los que ha logrado un desarrollo del comercio electrónico, sus autoridades se han visto en la necesidad de crear una legislación congruente y de acuerdo a las exigencias propias del uso masivo de la contratación electrónica, por parte de los internautas estadounidenses, producto de dicho desarrollo, se han creado normas jurídicas para controlar este tipo de negociación, tratando en lo posible de asegurar que las normas impuestas se ajusten a las necesidades tanto de proveedores como de consumidores, por lo que casi todos los estados tienen legislación, aprobada o en proyecto que regula el comercio electrónico, la firma digital y en algunos casos, las regulaciones se extienden a cualquier comunicación electrónica pública o privada.





CAPÍTULO IV

4. Métodos alternativos de resolución de conflictos en línea (online)

El revolucionario desarrollo tecnológico que se ha producido en los últimos años a nivel mundial y del cual Guatemala también ha pasado a formar parte, ha significado entre otras cosas, la aparición de nuevos medios de información y de comunicación que han configurado la llamada Sociedad de la Información, la cual ha permitido un desarrollo en la forma de realizar operaciones tales como la compra-venta de productos, bienes y servicios, actividad que ha pasado de la forma tradicional a realizarse vía internet (online), lo cual ha provocado un desarrollo progresivo del comercio electrónico y que una mayor cantidad de personas accede al empleo de medios electrónicos de comunicación y a la utilización de redes abiertas de información y de envío de mensajes de datos.

De hecho, han surgido disputas derivadas del uso de esta modalidad de realizar operaciones comerciales, lo cual ha hecho necesario la creación dentro del cambiante mundo del Derecho Mercantil, de nuevos mecanismos para dar solución a las controversias surgidas, los cuales modernamente se les ha denominado Métodos Alternos de Solución de Conflictos (MARC), Resolución Alternativa de Conflictos (RAC), o Métodos Alternos de Solución de Controversias (MASC), los cuales consisten en procedimientos mediante los cuales las partes buscan solucionar sus disputas, sin necesidad de recurrir a una instancia judicial, auxiliándose de las Nuevas Tecnologías



de la Información y Comunicación, aplicadas a la resolución de conflictos, es decir que los mismos no se van a realizar con la presencia física de las partes en conflicto, sino que se van a desarrollar en línea (online).

Dentro de dichos procedimientos se pueden mencionar la mediación, la facilitación, la negociación, la conciliación y el arbitraje, cuya aplicación va a depender de la legislación vigente en cada país, para efecto del presente trabajo, haré referencia a la mediación, la conciliación y el arbitraje, como una propuesta para su aplicación dentro de la legislación de Guatemala.

4.1. Métodos alternativos de resolución de conflictos, forma tradicional

Los medios alternativos de solución de conflictos, pueden definirse en sentido amplio como aquellas atribuciones, alternativas al sistema judicial, que permite la solución privada de los conflictos, a través de procedimientos que buscan la solución a los conflictos entre las partes, ya sea de manera directa entre ellas o con el nombramiento de agentes negociadores, como es el caso de la negociación o mediante la intervención de un tercero imparcial como son los casos de la mediación, la conciliación y el arbitraje.

La resolución alternativa de conflictos surge en Guatemala en el año 2001, con la creación de la Unidad de Resolución Alternativa de Conflictos, según Acuerdo 11-2001



del Presidente del Organismo Judicial y de la Corte Suprema de Justicia, como mecanismos eficientes para descongestionar los tribunales.

La característica fundamental de estos procedimientos lo constituye su carácter extrajudicial, es decir que las partes no obtienen una resolución de la controversia emitida por un juez, sino que normalmente son las partes las que buscan dar solución al problema, auxiliándose de un mediador, en el caso de la mediación, de un conciliador, cuando se trata de una conciliación, o de árbitros, cuando por mutuo acuerdo deciden someter su controversia al arbitraje.

Otra característica la constituye el hecho de que en cualquiera de los métodos de resolución de conflictos, se requiere la presencia física de las partes, así como del mediador, conciliador o árbitro, ya que la ausencia de una de las partes, es razón suficiente para que la diligencia no se pueda llevar a cabo.

4.1.1. Aspectos generales de los métodos alternativos de resolución de conflictos

Como es de suponerse, cada método va a tener las características propias para lo cual fue creado, las cuales van a permitir a las partes determinar cuál es el más apropiado, de acuerdo a la controversia surgida; no obstante todos los métodos tienen características comunes como las siguientes:



- a) Se inician cuando las partes en conflicto manifiestan su consentimiento por medio escrito;
- b) Debe existir una normativa procesal clara y conocida de antemano por las partes;
- c) Las partes son las únicas que tienen la facultad de elegir a los terceros, mediadores, conciliadores o árbitros;
- d) Los terceros deben acreditar su imparcialidad e independencia;
- e) El acuerdo establecido por las partes, debe quedar documentado por escrito.

Todos los métodos alternativos, son procedimientos bien establecidos, de tal forma que permiten su combinación entre sí, con el objeto de ajustarse a las necesidades de una controversia determinada, los cuales al ponerlos en práctica, su objetivo primordial siempre va a ser la obtención de una solución adecuada a los conflictos surgidos y con la cual las partes queden satisfechas y sus intereses no se vean perjudicados.

4.2. Mediación

La mediación se define como un sistema de negociación asistida, mediante el cual las partes involucradas en un conflicto intentan resolverlo por sí mismas, con la ayuda de un tercero imparcial (el mediador), que actúa como conductor de la sesión, ayudando a las personas que participan en la mediación a encontrar una solución que sea satisfactoria para ambas partes.



No obstante que la mediación únicamente se encuentra regulada en el ordenamiento jurídico de Guatemala en materia penal en el Decreto 51-92 Código Procesal Penal, en el Artículos 25 Quáter y 477 respectivamente, considero importante hacer mención a este método de solución de conflictos, que podría ser una alternativa a tomar en cuenta para su aplicación en materia mercantil.

La mediación consiste en un proceso por medio del cual, un tercero experto y neutral, asiste a las partes en conflicto, con el objeto de encontrar soluciones negociadas al mismo, cuidando que la solución no vaya en detrimento de los intereses de ninguna las partes.

El facilitador o mediador, por su calidad de neutral, no tiene autoridad para obligar a las partes a un resultado particular, por lo mismo no puede influir en su decisión, siendo su función principal la de facilitar el dialogo y la comunicación entre ambas, con el objeto de encontrar una solución a su disputa.

La mediación se basa primordialmente en la voluntad de las partes de dialogar y de que están dispuestas a llegar a un acuerdo, y se perfila como una alternativa viable en aquellos casos en que las partes han decidido que un “acuerdo”, al cual pueden llegar voluntariamente, les representa no solo un mayor beneficio que una sentencia obtenida judicialmente, sino, así también les representa la posibilidad de mantener una relación estable y amigable, aún después de la controversia, derivado del acuerdo obtenido a través de la mediación.



La mediación tiene su punto culminante, cuando las partes logran llegar a un acuerdo negociado, según el criterio de ambas, el cual le va a poner fin a la controversia de una forma amigable, producto del acuerdo arribado en la mediación.

4.3. Conciliación

La conciliación, es un método alternativo de solución de conflictos, mediante el cual se va a conocer y dar solución a una controversia que acelera su terminación definitiva a través de un acuerdo de las partes, las cuales van a ser asistidas por un tercero, llamado conciliador. Es un proceso mediante el cual una tercera persona, neutral e imparcial, ayuda a las partes en conflicto a buscar una solución consensual, proponiendo si fuera necesario formulas conciliatorias que las partes pueden rechazar o aceptar.

La conciliación se encuentra regulada en la Ley de Arbitraje en el Artículo 49 que estipula: “La conciliación es un mecanismo o alternativa no procesal de resolución de conflictos, a través de la cual las partes, entre quienes exista una diferencia originada en relaciones comerciales o de cualquier otra índole, tratan de superar el conflicto existente, con la colaboración activa de un tercero, objetivo e imparcial, cuya función esencial consiste en impulsar las fórmulas de solución planteadas por las partes o propuestas por él evitando así que el conflicto llegue a instancia jurisdiccional o arbitral”.



La conciliación presenta algunas características tales como que para su realización se requiere la existencia de un tercero, quien no decide, se limita a señalar las alternativas para una posible solución al conflicto, pues las partes tienen la facultad de aceptar o no las soluciones propuestas y que ellos mismos estimen convenientes.

La oralidad e inmediación están siempre presentes, pues el conciliador estará al lado de las partes que han solicitado su actuación, las que se realizarán sin intermediarios. Pretende evitar un procedimiento jurisdiccional o la simple prosecución del proceso ya iniciado, trata de fomentar un acercamiento entre las partes con miras a demostrar que este es preferible a su total inexistencia, propiciando que el dialogo posibilite la solución del conflicto.

4.4. Arbitraje

El arbitraje se puede definir como: “aquel en que las partes concurren de mutuo acuerdo o por mandato del legislador y el cual se verifica ante tribunales especiales distintos establecidos permanentemente por el estado”¹⁰.

La definición más completa de arbitraje es la que ofrece Rivera Neutzé “Juicio de conocimiento, derivado de una relación jurídica contractual mediante la cual, cuando hay controversias entre dos o más personas, empresas o estados, éstas recurren a personas no vinculadas con el poder judicial, sino a particulares o a una institución para

¹⁰ Aylwin Azocar, Patricio. *El Juicio Arbitral*. Pág. 112



que los designe, a las que reconocen autoridad y prestigio, a fin de que después de apreciar los argumentos, pruebas y alegatos de las partes, emitan un veredicto conviniendo previamente y en forma libre, a acatar el fallo, con características y efectos idénticos a una sentencia judicial, denominada laudo arbitral”.¹¹

En lo que respecta a la legislación nacional, el Decreto Número 67-95 Ley de Arbitraje, en el Artículo 4, regula, Definiciones. Numeral 2 “Arbitraje” significa cualquier procedimiento arbitral, con independencia de que sea o no una institución arbitral permanente ante la que se lleve a cabo.”

Por su parte el Reglamento de Conciliación y Arbitraje del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Guatemala, en el Artículo 1 establece que: “Es un medio privado y confidencial, vinculante para las partes, mediante el cual se resuelven controversias por una o más personas especializadas, a través de procedimientos rápidos, prácticos y económicos”.

Para poder acudir a este procedimiento, es necesario que dentro del contrato suscrito por las partes, se incluya la Cláusula Compromisoria, en la cual se expresa la voluntad de someter las eventualidades que se presenten, a la decisión de un Tribunal Arbitral. No obstante en caso de que el contrato no contemple dicha cláusula, si surge un conflicto las partes pueden pactar un compromiso para someter las diferencias específicas a la decisión de árbitros.

¹¹ Rivera Neutzé, Antonio Guillermo. **Arbitraje & Conciliación Alternativas Extrajudiciales de Solución de Conflictos**. Pág.14



Ventajas del arbitraje:

- 1) Tiene efectos legales:** porque el fallo arbitral se considera cosa juzgada, y tiene el mismo efecto de una sentencia judicial.

- 2) Es imparcial:** por la idoneidad y ética profesional de los árbitros.

- 3) Es económico:** porque evita los procesos judiciales, que resultan más costosos por los honorarios que causan y por el tiempo que pueden durar.

- 4) Es rápido:** porque las partes deciden el tiempo de duración del proceso, si no hay acuerdo al respecto, el Tribunal Arbitral tiene un plazo máximo de seis meses para fallar.

- 5) Especialización de los árbitros:** quizás representa lo más importante, ya que las partes tienen la facultad de elegir a árbitros expertos en la materia, según la controversia a resolver.

En Guatemala El Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Guatemala, creado en 1994, es la institución a la cual pueden acudir las partes a dilucidar alguna controversia en materia mercantil, la cual se rige por Ley de Arbitraje, que contiene el Modelo de CNUDMI adoptado en 1995, siendo la primera institución



privada creada con el propósito de fortalecer la justicia a través de la promoción, capacitación y prestación de servicios de administración eficaz del arbitraje y conciliación y el desarrollo de los métodos de solución pacífica de conflictos.

4.4.1. Antecedentes del arbitraje

El arbitraje ha existido desde la remota antigüedad y se origina cuando los seres humanos toman conciencia de la necesidad de organizar su vida de relación y de confiar en un tercero la solución de sus conflictos, por lo que en aquellas organizaciones sociales anteriores a la formación del Estado y sus órganos jurisdiccionales, se confía en el anciano, en el sacerdote o en el poderoso, la función de arbitrar el conflicto de intereses, para solucionarlo.

“En el derecho Romano, el arbitraje alcanzó su institucionalización, por lo que los romanos consideran que sus *legis actiones* tuvieron sus raíces en una praxis arbitral privada entre romanos y extranjeros, que incluso sirvió de modelo para el procedimiento formulario”.¹² Es así como la función del *arbiter* se incorporó a la organización judicial de Roma, cumpliendo el arbitraje una función juzgadora, en la cual los particulares en virtud de un contrato o compromiso, acordaban someter sus controversias a la decisión de un árbitro.

¹² Vide de Marrone, Mateo. *Sobre el Arbitraje Privado en la Experiencia Jurídica Romana*. Pág. 66



La importancia del arbitraje se fue desvaneciendo, en la medida que los pueblos fueron convirtiéndose en naciones y se organizaba el Estado, el cual asumió la función de administrar justicia, con lo cual a los árbitros fueron relegados a cumplir una función de simples conciliadores. De este modo, se confirió a los árbitros, básicamente la función de simples conciliadores.

4.4.2. Arbitraje nacional

Es aquel que se desarrolla en un país con sujeción a las leyes de ese país, para resolver una controversia sobre derechos y obligaciones que producen efectos jurídicos en territorio de ese país, por lo tanto el arbitraje nacional es aquel celebrado de acuerdo a normas guatemaltecas y por lo tanto destinada a que surta efectos y que tenga eficacia legal en Guatemala.

Tomando como referencia el Decreto 67-95 Ley de Arbitraje, en el Artículo 1 estipula que es aquel que se realiza cuando el lugar del arbitraje se encuentre en el territorio nacional sin perjuicio de cualquier tratado multilateral o bilateral vigente del cual Guatemala sea parte.

Derivado de dicha regulación, se puede establecer que los presupuestos para que el arbitraje sea considerado nacional son:

- a) Que las partes en un acuerdo de arbitraje tengan su domicilio en Guatemala.



- b) Que el lugar del arbitraje así como el de cumplimiento de las obligaciones de la relación comercial, se encuentren en el territorio nacional.

4.4.3. Arbitraje internacional

El arbitraje internacional es un mecanismo por medio del cual se van a resolver las controversias, cuando una de las partes o ambas tengan su domicilio fuera de la República de Guatemala o bien el lugar de cumplimiento de la obligación producto de la relación comercial se encuentra en otro país, lo cual se encuentra regulado en el Artículo 2 del Decreto 51-92 Ley de Arbitraje, la cual también regula que para tales efectos se entenderá que:

- a) Si alguna de las partes tiene más de un domicilio, el domicilio será el que guarde una relación más estrecha con el acuerdo de arbitraje.
- b) Si una parte no tiene ningún domicilio o residencia habitual, se considerará domiciliada en el lugar donde se encuentre.

El arbitraje internacional se rige por los principios jurisprudenciales de la Cámara de Comercio Internacional, que es un organismo privado pero adscrito a las Naciones Unidas como organismo consultor la cual ha desarrollado una labor que ha permitido la uniformidad en cuanto a los términos del comercio internacional, conocidos como INCOTERMS, que son reglas comunes aplicables en el arbitraje.



Es por ello que en la Ley de Arbitraje, se estipula que las controversias que surjan derivadas de la aplicación, interpretación y ejecución de las contrataciones internacionales entre privados, se resolverán de acuerdo a las normas contenidas en el Reglamento de Arbitraje de la Corte de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional, salvo que las partes acuerden expresamente el sometimiento a otros foros de arbitraje.

La suscripción de una serie de tratados internacionales, así como la configuración de un nuevo orden económico internacional conformado por bloques en donde se ha elegido al arbitraje como el prototipo de procesos de resolución de conflictos entre particulares y entre estados, le dan a esta figura una importancia relevante.

4.4.4. Laudo arbitral

”El veredicto final dentro de un marco legal, previamente acatada la jurisdicción arbitral, a que arriba el tribunal arbitral después de conocer los argumentos expuestos y diligenciar las pruebas aportadas por las partes, el cual debe emitirse por escrito y razonadamente con mérito ejecutivo universalmente reconocido, cual si fuera una sentencia judicial”.¹³

¹³ Rivera Naurzé Guillermo, Rainer Armando Gordillo Rodríguez; **Curso Práctico de Arbitraje Comercial Internacional**. Pág. 186



También se puede decir que laudo arbitral es la denominación que se le da a la resolución que dicta un árbitro y que sirve para dirimir un conflicto entre las partes y es equivalente a una sentencia.

El laudo arbitral tiene características fundamentales tales como:

- a) **Es vinculante y obligatorio:** Esto quiere decir que las partes deben acatar el laudo dictado por el tribunal arbitral, toda vez que las partes por mutuo acuerdo y en forma expresa, han decidido dirimir una controversia por esta vía.
- b) **Límite de contenido:** El laudo únicamente puede ser emitido en relación a los puntos controvertidos, objeto de arbitraje.
- c) **Valor jurídico:** El laudo tiene efectos similares a los producidos por una sentencia dictada por un órgano jurisdiccional ordinario.
- d) **Cosa juzgada:** Una vez dictado el laudo y de no existir motivo o haberse agotado todo recurso pertinente, o causal que motive su denegación, tiene efecto de cosa juzgada, es decir que se encuentra firme, por no existir contra éste, medios de impugnación que hagan posible su modificación o extinción.



El equivalente al laudo en el orden jurisdiccional es la sentencia, que es la que dicta un juez y la diferencia radica en que, mientras que la jurisdicción del juez viene marcada por la ley, la jurisdicción del árbitro viene dictada por la autonomía de la voluntad, por lo tanto, el arbitraje debe ser aceptado por ambas partes, ya sea de forma previa, a través de un contrato, posteriormente, cuando ya ha surgido el conflicto, como forma de resolver el litigio.

4.5. Resolución alternativa de conflictos en línea (online)

Los sistemas online de resolución de conflictos son un producto de la popularización de los medios de comunicación en internet, derivado del uso masivo del correo electrónico, entre otros, como un medio fácil, rápido y de poco costo.

El chat y el mensaje instantáneo han permitido la comunicación fácil y de poco costo a través del mundo. Por otro lado, el mismo desarrollo del comercio online ha aportado un enorme número de transacciones entre comerciantes y compradores online, de poco o mucho valor monetario, que han generado un alto número de disputas por resolver.

La construcción de la confianza en el comerciante o proveedor de servicios online está muy relacionada con que se ofrezca o no un procedimiento para que el cliente pueda comunicarse con la entidad y manifestar sus reclamos o quejas si algo sale mal en la transacción, y los métodos de resolución de conflictos han venido a ofrecer ayuda a los



particulares, que ya no dependen de la administración centralizada de justicia para la solución de sus diferendos.

Es así como se han creado procedimientos en donde las partes en conflicto pueden interactuar aunque se encuentren situados en lugares diferentes, conectados a través de una intervención online, que puede ser tanto una mediación, una conciliación o un arbitraje.

El adelanto tecnológico producido por la cibernética ha ido transformando los sistemas de comunicación, comercio, trabajo e interacción a través de las culturas. Esto ha producido también un interés renovado en las posibilidades diferentes que este medio ofrece para los métodos de resolución de disputas usados en casos donde las partes en conflicto pertenecen a países y culturas diferentes.

4.5.1. Mediación

La mediación online es un proceso documentado, que a través de la inclusión de una tercera parte, actuando por solicitud de un primer participante, invita a la contraparte a responder, registrándose la presencia o ausencia de la contraparte en el proceso, dentro de límites fijos de tiempo. Una vez iniciado el proceso, las partes establecen los parámetros dentro de los cuales la solución posible se encuentra. La decisión final es establecida por el mediador online, o por el sistema construido para resolver de forma automática las disputas, de acuerdo a los parámetros establecidos por la entidad



(gobierno, institución o comerciante) que ofrece el sistema. La existencia de estos elementos, que garantizan un trato justo entre las partes y un proceso limpio, será un medio indispensable de las transacciones online y offline.

En la mediación en línea, la interacción ya comenzó como una situación generada dentro del mundo online, donde las partes en conflicto, han comprado o vendido algún producto o servicio online y esperan que el mismo medio les provea de una resolución rápida al desacuerdo.

Este método es una mediación automatizada, sin mediador humano, capaz de retener y aplicar los mismos criterios que legitiman y validan a la mediación tradicional o cara a cara, a la solución de disputas online, estructurada en un número de reglas de la interacción entre clientes y comercios o entidades online, que determinan si la disputa es solucionable o no de acuerdo a dichas reglas.

- Procedimiento

El procedimiento más simple y esquemático es denominado negociación ciega por apuestas, donde un algoritmo automático evalúa las propuestas de cada parte y si las dos propuestas se encuentran dentro de un espacio determinado (por ejemplo, podría ser el 30% del precio inicial de la disputa) entonces el caso se decide por el valor medio. Si las propuestas no se acercan a este espacio predefinido, las ofertas se destruyen y ninguno de los dos lados llega a conocer cuál fue la propuesta de la



contraparte. Ambas partes se informan sobre el proceso antes de comenzar y se comprometen a aceptar el resultado si el objetivo predeterminado se cumple.

Este tipo de negociación casi abstracto, sin la presencia física de las partes y por lo mismo de las formas de comunicación tradicionales, ofrece un mecanismo seguro para llegar a un acuerdo, y si no se logra alcanzarlo, no se conoce sobre la contraparte más de lo que se conocía antes de empezar.

- **Características de la mediación online**

El medio cibernético ofrece algunas características importantes de resaltar, dentro de las cuales se encuentran las siguientes:

- 1) Las partes pueden elegir el momento de participar o responder. Esto les permite un poco más de flexibilidad para pensar y formular sus necesidades sin presiones, antes de expresarse.
- 2) Existe un tiempo para explicar cuidadosamente las razones para una posición tomada, en aislamiento del posible impacto emocional que lo que una parte dice produzca sobre la contraparte. Esto permite controlar el conflicto emocional que puede estar escalando el conflicto actual. Puede haber un espacio para la conversación reflexiva.



- 3) Hay tiempo de consultar con los expertos, asesores legales u otros, para evaluar las circunstancias del caso y estimar cuales son las salidas más convenientes.
- 4) Es atemporal, lo cual permite que las partes viviendo en diferentes países se comuniquen a su propio tiempo, sin tener que estar disponibles cuando el mediador o la contraparte lo están.
- 5) Se puede tener un registro de las discusiones, lo cual puede servir a cada parte a ver la evolución de las propuestas y evaluar cómo el proceso se acerca o no a un acuerdo mutuamente satisfactorio.
- 6) El acuerdo puede ser aceptado y firmado instantáneamente por una de las partes. Entonces se lo envía al mediador, por fax u otro medio seguro, quien se lo envía luego a la otra parte para su firma.

4.5.2. Conciliación

La expresión, conciliación en línea, online o conciliación virtual, hace referencia a la realización del procedimiento de la Conciliación, como mecanismo alternativo de resolución de conflictos a través de la utilización de uno o varios medios electrónicos, ópticos o similares.



- Procedimiento

El procedimiento de una conciliación online es similar al de la mediación, no obstante tomaré el modelo que sigue el Cibertribunal Peruano, por ser uno de los más prácticos así como el de mayor éxito alcanzado, al tener para finales de 2009 un total de 153.25 millones de usuarios en línea distribuidos en países de América Latina, Asia, Medio Oriente, Canadá y Estados Unidos.

La solicitud de conciliación se puede realizar a través de correo electrónico, fax o por escrito físico presentado ante las oficinas del Tribunal.

La comunicación entre el conciliador y las partes se desarrolla mediante correo electrónico y en otros se aplican sesiones de chat y de vídeo conferencia entre las partes en conflicto y el Tribunal. En cuanto a la forma de la participación en la audiencia a través de medios virtuales, la doctrina peruana ha manifestado lo siguiente: a fin de que se pueda realizar la audiencia de conciliación de acuerdo a la Ley vigente, se entiende que no se exige la presencia física de las partes, sino la participación de la persona específicamente o de su representante con el fin de tener la seguridad sobre quien interviene como parte en el conflicto y si tiene poder de negociación.

Finalizado el caso, se publica en la página web del Cibertribunal Peruano un resumen de la resolución únicamente con el fin de crear precedente.



Esta publicación se realiza de acuerdo al literal b) del Artículo 27 del Reglamento de Solución de Controversias del Cibertribunal Peruano, “si las partes llegan a un acuerdo de resolución de la controversia, el conciliador enviará el acta respectiva a ambas partes, las que expresarán su conformidad, mediante comunicación por correo electrónico con las medidas técnicas de seguridad idóneas que aseguren su inalterabilidad. De ser posible y contar con los medios tecnológicos, adjuntarán su firma digital en la imagen del acuerdo conciliatorio.”

4.5.3. Arbitraje en línea, arbitraje online o virtual

Uno de los pilares fundamentales para el adecuado funcionamiento del comercio electrónico internacional lo constituye, precisamente, la existencia de un método de solución de litigios online en materia de consumo, siendo el arbitraje en línea (online) el que más se adecúa a las exigencias tecnológicas en la actualidad.

La solución de controversias en línea, conocida en inglés como online Dispute Resolution, (ODR), a través de los métodos de negociación, de mediación y de arbitraje, ha tenido un desarrollo significativo en los últimos años, motivado especialmente por las enormes ventajas que presenta frente al mecanismo tradicional de solución de controversias, teniendo especialmente en consideración su facilidad de acceso, lo amigable del procedimiento, la rapidez de la resoluciones, la facilidad de almacenaje de la información y su bajo costo.



El método de solución de controversias online, conocido como **arbitraje online**, ha tenido, un importante desarrollo en los últimos años. Es así como en Internet se pueden encontrar aproximadamente veinticinco proveedores del servicio de arbitraje online; los cuales ofrecen tanto arbitraje vinculante como no vinculante. En el arbitraje online en materia de contratación comercial electrónica, existe cerca de un 80% de los casos que corresponden a conflictos entre empresas o business to business, mientras que sólo un 20% de ellos se refieren a conflictos entre empresa y consumidor o business to consumer.

- **Arbitraje online no vinculante**

El arbitraje en línea que realmente ha sido exitoso ha sido precisamente el que se denomina arbitraje no vinculante o *non-binding arbitration*, en el cual el árbitro formula una recomendación que las partes pueden rechazar o aceptar; si la aceptan celebran entonces una transacción, mientras que si la rechazan son libres de llevar su controversia a los tribunales.

Existen igualmente algunas variantes de arbitraje no vinculante o unilateralmente vinculante, en las cuales el proveedor se compromete a someterse a arbitraje en el caso que su cliente decida recurrir a él, obligándose igualmente a cumplir el fallo si el cliente lo invoca, más sin embargo, éste último no está obligado a recurrir al arbitraje, por lo que puede optar por la justicia estatal.



Existe otra variante del arbitraje no vinculante, tratándose de las dificultades surgidas de las reclamaciones vinculadas al uso de nombre de dominio, en que existen más de 6,000 casos resueltos, en el cual la cláusula arbitral es unilateralmente vinculante y obliga al demandado, más sin embargo, la resolución o sentencia arbitral es facultativa para ambas partes, ya que éstas siempre tendrán la libertad de no someterse a la decisión formulada y recurrir a los tribunales ordinarios competentes.

Tratándose de los arbitrajes online vinculantes, una de las instituciones líderes es la denominada Chartered Institute of Arbitrators, a través de la cual se han dictado aproximadamente 70 sentencias.

- Procedimiento del arbitraje en línea

Siguiendo el procedimiento implementado por el Cybertribunal Peruano, el arbitraje online se inicia al presentar una solicitud de conciliación y arbitraje, la cual puede ser en línea o por escrito, descargando el modelo de solicitud en la web habilitada para el efecto; el Cibertribunal opera como un ente mediador y conciliador entre las partes.

De no mediar un acuerdo conciliatorio, o de arribar las partes a un acuerdo conciliatorio parcial, se actuara en un segundo nivel como un tribunal arbitral. A estos efectos, se suministra a cada parte que tenga una página Web con un logo del Cibertribunal para que lo anuncie firmando previamente un compromiso formal e irrevocable que toda



controversia que pueda derivarse de una operación comercial que se realice en Internet será resuelta por el Cibertribunal.

Una vez que las partes deciden someterse al ciberarbitraje, se realiza el nombramiento de los árbitros y seguidamente el período de prueba, incluyendo testigos, peritos; cabe destacar que las audiencias se llevan a cabo en línea, ya sea mediante sesiones de chat, videoconferencias u otros, tanto entre las partes en conflicto y el tribunal, así como entre los jueces del tribunal y finalmente se emite un ciberlaudo.

El arbitraje online es un procedimiento que se realiza totalmente vía internet, lo que constituye un punto a favor del arbitraje virtual, porque de esta forma no es necesario que las partes intervinientes se trasladen hasta el centro de arbitraje, consolidándose como un proceso a distancia, en el cual no se requiere la presencia física de las partes, y pueden interactuar, si se trata de un arbitraje internacional, desde su país de origen.

4.6. Ciberlaudo

El ciberarbitraje o arbitraje virtual, siendo un medio alternativo para la solución de conflictos surgidos por el uso de las comunicaciones electrónicas y específicamente por la aplicación del comercio electrónico, va a dictar un ciberlaudo, que va a poner fin y dar solución a dicho conflicto.



El Ciberlaudo por lo tanto es la resolución final que emite un cibertribunal, luego de dirimir una controversia derivada de las comunicaciones electrónicas, es decir derivado del comercio electrónico, el cual al igual que el laudo arbitral, es equiparado a una sentencia emitida por un tribunal ordinario.

El órgano competente que tiene a su cargo dictar un ciberlaudo, es un tribunal que no va a actuar en nombre de un país específico, sino un órgano legitimado, en virtud de un tratado internacional como podría ser la Ley Aprobatoria de la Convención sobre el Reconocimiento y la ejecución de la Sentencias Arbitrales extranjeras (Convención de Nueva York), o la Ley Aprobatoria de la Convención Interamericana Sobre Eficacia Extraterritorial de las Sentencias y Laudos Arbitrales Extranjeros, (Convención de Montevideo).

4.7. Características generales de los procesos en línea (online)

- 1) Celeridad.** El primer aspecto es el de la rapidez en las transacciones online, que demanda una respuesta igualmente rápida a los problemas encontrados, se presenta como una constante en dicho procedimiento, la cual representa un elemento indispensable dentro este mecanismo alternativo de resolución de conflictos.

- 2) La neutralidad, la confidencialidad, y la imparcialidad.** Los métodos de resolución de conflictos online preservan estas características al dar igual



representación a ambas partes de la disputa, consumidores y comerciantes, manteniendo la confidencialidad de las comunicaciones entre partes y respetando la voluntad de las partes para participar en el proceso.

Es importante señalar que en estos métodos automatizados, se considera que la neutralidad e imparcialidad están preservadas al ofrecer el procedimiento a ambas partes, de idéntica manera, limitando así la posibilidad de error o favoritismo humano.

- 3) **Es un proceso documentado.** A través de la inclusión de una tercera parte, actuando por solicitud de un primer participante, invita a la contraparte a responder, registrándose la presencia o ausencia de la contraparte en el proceso, dentro de límites fijos de tiempo, en el medio online se construye necesariamente un registro de la disputa y de la intervención.
- 4) **Autonomía de la voluntad.** En cuanto a este aspecto caben mencionar que ésta es fundamental, ya que es esa facultad conferida por la ley para sustraer de la jurisdicción ordinaria la solución de sus conflictos.
- 5) **Utilización de tecnología e infraestructuras tecnológicas.** Utilización de correo electrónico para la comunicación entre las partes y/o el mediador, que no se ven cara a cara por estar en distintos lugares o países, envío de documentos a las



partes usando instrumentos de securitización online, el uso de videoconferencias o el chat.

6) Bajo costo del proceso. El costo de acceso al mundo cibernético es muy reducido, por lo mismo incentiva la participación en el comercio online, de entidades pequeñas e individuos que no podrían tener entrada de otro modo en los mercados tradicionales.

4.8. Proyecto de reforma al Decreto 47-2008 Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas

Es una realidad que los constantes avances en materia de las comunicaciones electrónicas, ha provocado un cambio radical en cuanto a la forma de llevar a cabo el comercio, por lo que países de diferentes partes del mundo han tenido que adaptar su legislación acorde a las exigencias del momento, tal como ha quedado de manifiesto al hacer relación la forma de dar solución a las controversias surgidas en el ámbito de las comunicaciones electrónicas a nivel internacional.

A pesar de que Guatemala ha pasado a formar parte de ese cambio y por lo consiguiente ha entrado al mundo de la tecnología y por ende del comercio electrónico, la legislación vigente aún no ha evolucionado de igual forma y por lo tanto no se ha adaptado a las exigencias y necesidades que permitan que los usuarios del comercio electrónico encuentren una respuesta legal, al momento de surgir un conflicto en sus



operaciones comerciales por esta vía, razón por la cual considero necesario que la legislación actual debe ser reformada, de tal forma que sea congruente con los avances tecnológicos de la era moderna, por lo que a continuación presento un proyecto de reforma a la ley de la materia.

4.8.1. Proyecto de ley

Artículo 1. Ámbito de Aplicación de la Ley. La presente ley será aplicable a todas aquellas actividades relacionadas con el comercio electrónico, contratación electrónica, contratos informáticos, conflictos entre nombres de dominio y actos de competencia desleal en la red, publicidad y marketing en internet, problemas con la firma digital o electrónica, y cualquier otra resultante del uso de las comunicaciones electrónicas, así como a servicios de internet, cuando estos sean parte de una actividad económica.

Artículo 1 BIS. En los contratos por vía electrónica, las partes podrán incorporar como cláusula adicional un convenio de sumisión a arbitraje; en cuyo caso, en la aplicación del convenio de arbitraje podrán emplearse medios telemáticos, siempre que su aplicación sea compatible con los principios reguladores de los procedimientos arbitrales.

Artículo 23 BIS, Vía Procesal. Toda acción derivada de conflictos surgidos de la aplicación del comercio electrónico, contratación electrónica, contratos informáticos, conflictos entre nombres de dominio y actos de competencia desleal en la red,



publicidad y marketing en internet, problemas con la firma digital o electrónica, y cualquier otra resultante del uso de las comunicaciones electrónicas, servicios de internet, cuando éstos sean parte de una actividad económica, se resolverán a través de los métodos alternativos de resolución de conflictos, Mediación, Conciliación y Arbitraje, del Centro de Mediación, Conciliación y Arbitraje en Línea del Organismo Judicial, y conforme al procedimiento establecido para cada método, contenido en el Reglamento del Centro de Mediación, Conciliación y Arbitraje en Línea, y podrá realizarse a través de Internet o utilizando cualquier otro medio telemático.

4.9. Centros de resolución alternativa de conflictos en línea (online) a nivel internacional

Los mecanismos Online Dispute Resolution (ODR) también conocidos como Métodos de Resolución de Electrónica de Controversias (REC) y que plantean la resolución en línea de controversias a través de la mediación y el arbitraje virtual, han tenido un desarrollo significativo en los últimos años, en diferentes partes del mundo, y han tenido un desarrollo importante en diferentes escenarios virtuales. Ese desarrollo ha provocado que actualmente se encuentren veinticinco páginas web que prestan el servicio de arbitraje y conciliación, en las cuales el 80% de los casos corresponden a la solución de conflictos entre empresas o comerciantes y el 20% restante a la resolución de conflictos entre empresas y sus consumidores.



4.9.1. Estados Unidos

- Cybersettle

Esta organización usa un método propio para arbitrar disputas concernientes a asuntos financieros, en particular las sumas a otorgar en compensación por daños asegurados. Los métodos puramente automatizados están diseñados de tal manera que ofrecen un proceso basado en una fórmula matemática. Cybersettle resuelve problemas de reclamos de seguros y otros reclamos financieros a través de un sistema por el cual ambos lados someten tres ofertas y el sistema compara los montos en cada ronda para ver si se acercan a una base de acuerdo.

La fórmula de acuerdo está dentro del 30% de la diferencia. Si hay una aproximación, el reclamo es resuelto tomando la suma intermedia de las dos ofertas. Si la oferta difiere por encima de los resultados de la fórmula prefijada, el reclamo no se resuelve. Las ofertas de refuerzo se consideran confidenciales. Cybersettle cobra una suma por estos servicios, ofrecidos a más de 475 compañías de seguros, con más de 16.000 usuarios.

Cybersettle inició operaciones en New York en 2004 y su tecnología ODR (Online Dispute Resolution), ya forma oficialmente parte del sistema de resolución extrajudicial de disputas de esta importante ciudad, además el sistema ODR se ampliará para resolver la totalidad de disputas que los ciudadanos puedan tener.



Nueva York ha ahorrado a partir de 2008 aproximadamente 36 millones de dólares gracias al empleo de esta plataforma ODR, derivado de que el 67% de los casos procesados se han resuelto sin necesidad de juicio y en un tiempo récord, sesenta días. La media de pagos realizados por la ciudad como consecuencia de los acuerdos alcanzados se ha situado en \$11,342, en vez de algo más de treinta mil dólares antes de iniciar el programa piloto. El programa se ha empleado para resolver disputas de hasta \$50,000 dólares.

- **Square Trade**

La compañía llamada Square trade, (ST) situada en San Francisco, California, ofrece un sistema de negociación, mediación y arbitraje por medio de internet. Sus principales clientes son los participantes en disputas sobre productos vendidos en remates online como eBay.com, tanto como conflictos originados en la falta de cumplimiento contractual entre proveedores de servicios y compañías.

Square Trade presenta un proceso que se inicia con la posibilidad de hacer Negociación Directa entre las partes, a través de comunicaciones que se realizan en una página web protegida. No hay ninguna intervención de Square Trade aquí, solamente las dos partes se comunican entre sí acerca del tema en disputa. Si las partes no llegan a un acuerdo, la parte que solicitó la intervención de ST puede pedir un mediador en cualquier momento. Este paso tiene un costo para la persona que pide la intervención, que usualmente es una suma pequeña.



En este momento del proceso ya las partes no tienen acceso a lo que la otra parte escribe, sino que se comunican a través de los mensajes del mediador. Dado que la mediación es voluntaria, ni la parte que inició el proceso ni Square Trade tienen poder para hacer que la contraparte asista, o para garantizar un resultado particular.

Lo que sí hace el mediador seleccionado es comunicar diferentes soluciones generadas por las partes, tratando de encontrar una solución común.

- **EL Magistrado Virtual**

Es un magistrado, juez o árbitro, que aparece en un listado de profesionales pre-seleccionado, para realizar labores electrónicas o virtuales. Tiene que ser una persona que esté familiarizado con la tecnología online. Este sujeto reenvía la queja a la contraparte, involucrando también a los sitios web donde el daño se produjo.

El proceso de resolución de disputas sigue el modelo tradicional online, es decir sin contacto cara a cara, se llena una ficha con la queja, si la queja se determina ubicada dentro de los parámetros del modelo, es aceptada para su arbitraje, entonces, se elige un magistrado virtual del listado de profesionales pre-seleccionado por la AOL, tiene que ser un árbitro que también esté familiarizado con la tecnología online. Este árbitro reenvía la queja a la contraparte, involucrando también a los sitios web donde el daño se produjo. Todo el proceso está diseñado para ser cumplido en un corto tiempo, de varias horas. Al terminar el proceso, la queja, la respuesta y la decisión se colocan en el sitio web, pasando a ser información pública, siguiendo el modelo de la WTO, (World



Trade Organization/Organización Mundial del Comercio), que es el ente decisor en disputas por nombre de dominio de sitios web.

Este es un sistema de arbitraje virtual, organizado para casos de conflictos por uso indebido de material protegido por leyes de propiedad intelectual, diseñado por personas de la profesión provenientes de AOL Time Warner Company y CompuServe, (proveedores de servicios de Internet) con el objeto de proveer de un sistema rápido y de bajo costo para decidir temas de protección de derechos de propiedad intelectual online.

4.9.2. Perú

- Cibertribunal peruano

Es una entidad reconocida por el administrador de dominios delegados en el Perú como Centro de Resolución de Disputas entre marcas registradas y nombres de dominio, conformada por reconocidos profesionales del derecho con especialización en nuevas tecnologías, derecho de la competencia y propiedad intelectual.

Con la implementación de las nuevas políticas de registro de dominios vigentes a partir del 8 de diciembre de 2007, se establece la aplicación de una Política de Resolución de Controversias como mecanismo efectivo para resolver conflictos surgidos entre un titular de nombre de dominio y el titular de un registro de marca peruano. Su objeto es



resolver los problemas surgidos por un registro abusivo y de mala fe de un nombre de dominio y tiene por objeto la cancelación o la transferencia del mismo.

La solicitud de resolución de controversia debe presentarse ante el Centro de Resolución de Conflictos por escrito utilizando el formulario en línea, el correo electrónico, el fax o físicamente en sus oficinas.

El CRC analizará el cumplimiento de los requisitos mínimos formales en un plazo de tres días y de encontrar algún defecto formal correrá traslado al solicitante por el plazo de cinco días para que subsane. Subsanadas las observaciones, se correrá traslado de la solicitud al emplazado y al administrador en el plazo de tres días de recibido el pago de la tasa por parte del solicitante, utilizando alguno de los medios empleados en el párrafo anterior.

El titular del dominio tendrá un plazo de veinte días, a partir de la fecha de la notificación de la solicitud de solución de controversias, para presentar su escrito de contestación. Con la contestación del titular del dominio o sin ella, el caso es trasladado al experto o grupo de expertos encargado de resolverlo. El experto o grupo de expertos emite su resolución en un plazo de siete días contados a partir del cierre del procedimiento de resolución de controversias, la cual se notifica a las partes y es publicada en la página web del CRC y ejecutada por el Administrador.



El Cibertribunal Peruano se constituyó en 1999, es un órgano sin fines de lucro, encargado de la resolución de conflictos y controversias derivadas del uso de las tecnologías de la información, mediante la aplicación de la conciliación y el arbitraje. Pretende ser un órgano de la prevención y resolución de conflictos para los países de habla hispana, su existencia se justifica plenamente por su nivel de funcionamiento y lo práctico de sus procedimientos, pero también por las últimas cifras estadísticas de usuarios en línea, que para finales de 2009 comprendía: Canadá y USA, 87.00 millones, Asia-Pacífico, 26.55 millones, mAmérica Latina 4.5 Millones, Medio Oriente, Africa, 1.14 millones, 0.78 millones; para un gran total de 153.25 millones de usuarios.

4.9.3. España

- Arbitec

Asociación Española de Arbitraje Tecnológico, creada en 1989, convirtiéndose desde febrero de 1997 en el primer centro español de arbitraje que admite solicitudes a través de la Internet, utilizando la red en todas las etapas del procedimiento.

El arbitraje se realiza conforme al procedimiento establecido en el Reglamento Arbitral de ARBITEC y en la Ley de Arbitraje, del 23 de diciembre de 2003 y podrá realizarse a través de Internet o utilizando cualquier otro medio telemático. El laudo arbitral deberá dictarse durante los noventa días siguientes a la aceptación del cargo por parte de los



árbitros designados, obligándose ambas partes a aceptar y cumplir la decisión contenida en él.

- Corte de Arbitraje de Madrid

La Corte de Arbitraje de Madrid ha sido pionera en España en ofrecer un sistema de tramitación de arbitrajes online, denominado TAO-OAM. Este sistema proporciona un punto centralizado y común para el procesamiento, almacenaje y archivo de todos los documentos relativos a un arbitraje mediante sistemas automatizados de gestión documental, lo que, además de una eficiente y rápida recuperación y consulta de documentos, permite que las partes y los árbitros clasifiquen la información por fechas, origen, autor o título del documento.

Con el desarrollo de sistemas multimedia, las partes también podrán llevar a cabo audiencias en línea, mediante videoconferencias que puedan seguirse por el sistema de streaming, (distribución de multimedia a través de la red, de manera que el usuario consume el producto al mismo tiempo que se descarga), reduciendo considerablemente gastos de desplazamientos y de logística.

Los procedimientos online deben respetar los principios de igualdad, audiencia y contradicción de las partes, así como aquellos principios derivados del respeto al debido proceso, sin el cual no es posible alcanzar la seguridad jurídica que todo sistema vinculante de resolución de controversias debe garantizar.



El arbitraje online puede utilizarse tanto para resolver controversias de comercio electrónico, en las que la transacción objeto de disputa se ha realizado por medios telemáticos, como para dirimir conflictos surgidos en el tráfico mercantil tradicional y en los que, una vez surgidas diferencias irreconciliables, las partes optan por resolverlas por arbitraje online con el objetivo de obtener una decisión definitiva al litigio de la forma más eficaz, rápida y barata posible.

Las partes pueden encontrar en los sistemas de arbitrajes online toda la información relevante de su arbitraje, los datos de contacto de las partes y los árbitros, el calendario procesal, todas las resoluciones de los árbitros, todas los escritos de las partes y todos los documentos que se han aportado al procedimiento y que permanecerán disponibles para las partes y los árbitros en todo momento a lo largo del arbitraje.

Una cuestión esencial en este procedimiento, aunque no todos los sistemas de arbitraje online lo exigen, es que, siempre que un usuario suba una comunicación o documento a la plataforma, se le obligue a firmarlo electrónicamente, ya que con ello la autoría y seguridad del proceso, y por ende la seguridad jurídica del mismo, quedan garantizadas.





CONCLUSIONES

1. A pesar del incremento registrado por el comercio electrónico en Guatemala, las empresas del país aún lo ven como una opción para poder realizar operaciones comerciales, a diferencia de países desarrollados, donde ya es parte integral de su estrategia de ventas.
2. Son varios los factores que han impedido que el comercio electrónico no evolucione de una mejor forma en el país, tales como la falta de difusión, falta de capacitación en su aplicación, tanto a nivel de empresarios como de potenciales clientes, desconocimiento en el uso de las comunicaciones electrónicas, obstáculos que toda vez no sean superados, seguirán impidiendo su evolución y desarrollo.
3. Guatemala no cuenta actualmente con una legislación que regule de una forma apropiada el comercio electrónico, lo cual genera desconfianza y temor entre los potenciales usuarios, impidiendo que un mayor número de éstos lo utilicen en la adquisición de un producto o servicio, que quizás le presente más conveniencia en precio y calidad, que al adquirirlo en la forma tradicional.



4. El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones a nivel mundial, han provocado que la forma de adquirir bienes, productos y servicios, utilizando la Internet sea cada vez más frecuente; de igual forma los procesos y mecanismos de resolución de disputas en el mundo tienden a ser automatizados, lo cual en Guatemala todavía no es una realidad.

5. Los métodos alternativos de resolución de conflictos en línea, han logrado posicionarse a nivel internacional, como mecanismos por medio de los cuales tanto proveedores como clientes y usuarios del comercio electrónico, pueden acudir para resolver un conflicto derivado de esta forma moderna de realizar operaciones mercantiles.



RECOMENDACIONES

1. Incentivar y capacitar por parte del sector público y privado, a los empresarios y microempresarios de Guatemala, para que visualicen el comercio electrónico, como un medio para expandir su mercado, convirtiéndolo en una vitrina para poner a disposición de miles de potenciales clientes sus productos y servicios y por consiguiente, como una forma de incrementar sus ventas.
2. Difundir el uso del comercio electrónico, tanto entre empresarios como entre la población en general del país, por parte del Organismo Judicial, en los medios publicitarios, las reformas respectivas del Organismo Legislativo, para que el número de empresas que han optado por automatizar sus operaciones y ofrecer sus productos y servicios en la red se incremente, lo cual traiga como consecuencia un incremento en el número de internautas, que haga posible un desarrollo significativo del mismo en un mediano plazo.
3. Implementar reformas en la legislación mercantil guatemalteca por parte del Congreso de la República de Guatemala, de tal forma que brinde además de facilidades para el uso de la red y del comercio electrónico, certeza y seguridad jurídica a los usuarios al momento de surgir un conflicto.



4. Crear a través del Organismo Judicial de Guatemala un Centro de Resolución Alternativa de Conflictos en Línea, a través del cual se logre la incorporación al ordenamiento jurídico de Guatemala de la Mediación, la Conciliación y el Arbitraje en línea, que le permitan a Guatemala estar a la altura de las exigencias propias del desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.

5. El bajo costo, la celeridad, así como la comodidad de las partes de acceder a la solución de controversias vía internet, configuran a la mediación, la conciliación y el arbitraje en línea, como una alternativa viable a la vez de necesaria, para la resolución de conflictos derivado de la aplicación del comercio electrónico, el cual necesariamente tiene que realizarse a través de la Internet, por lo que también es posible solucionar los conflictos que surjan de su aplicación, por esa misma vía.



BIBLIOGRAFÍA

- ARGUEDAS, YSELLA. **Instituto peruano de comercio electrónico**. Separata, Perú: (se), 2004.
- AYLWIN AZOCAR, Patricio. **El juicio arbitral**. Separata, Perú: (se), 2006.
- BERCOVITZ R. Alberto. **Ámbito de aplicación y derechos de los consumidores**. Madrid: Ed. Civitas, 1999.
- BOTANA GARCIA, Gema. **Noción del consumidor**. Madrid: Ed. Mc Grow Hill, 1999.
- BURGOS, Daniel y Cruz De León. **Comercio electrónico, publicidad y marketing en internet**. España: 1ª ed., Ed. Mc Grow Hill, 2000.
- Consortio Bureau Veritas. **Conciliación y arbitraje virtual**. Colombia: 2012.
- DAVARA RODRIGUEZ, Miguel Angel. **Manual de derecho informático**. España: 10ª.ed., Ed. Thomson-Aranzadi, 2006.
- Davara & Davara Asesores Jurídicos. Microsoft central factbook. **Comercio electrónico**, Navarra, España: Ed. Aranzadi Elcano, 2001.
- DE MIGUEL ASCENCIO, Pedro Alberto. **Derecho privado de internet**. Madrid: 3ª ed., Ed. Civitas, 2002.
- DEL PESO NAVARRO. **Reflexiones sobre el comercio electrónico**. México: Revista ABZ, No. 133, 2005.
- DIAZ GARCIA, Alexander Pérez. **Elementos de la informática jurídica**. Bogotá, Colombia: Ed. Leyer, ed. 2002.
- Diccionario de La Lengua Española**. Real Academia Española, 22ª ed., 2011.
- <http://www.AméricaEconomía>, **los desafíos y oportunidades de las ventas online en América Latina**, USA, 2008 (consultado: 20 de agosto de 2012).
- <http://www.blog.e-mipyme.com/2013/03/ventas-comercio-electronico-brasil-2012.html> (consultado: 19 de abril de 2013).
- <http://www.cibertribunalperuano.org> (consultado: 28 de marzo de 2012).
- <http://www.comercioelectronico.tecnoavan.com/caracter.html> (consultado: 19 de abril de 2013).



[http://www. EAE Strategic Research Center. El comercio electrónico/España/ 2011](http://www.EAE Strategic Research Center. El comercio electrónico/España/ 2011) (consultado: 18 de abril de 2013).

<http://www.elderechodeinternet.cl/blog/actualizaciones/el-ciberarbitraje-o-arbitraje-online> (consultado: 21 de abril de 2013).

<http://www.es.kioskea.net/news/14560-el-comercio-electronico-en-brasil-2011> (consultado: 20 de abril de 2013).

<http://www.es.motionpoint.com/ company/web-localization-news/2011/694-brazilia-ecommerce-html> (consultado: 25 de abril de 2013).

<http://www.especiales.americaeconomia.com/2012/comercio-electronico-america-latina-2012/estudio.php> (consultado: 24 de abril de 2013).

<http://www.eumed.net/librosARBITRAJE%20COMERCIAL%20INTERNACIONAL%20Y%20CIBERARBITRAJE.htm> (consultado: 30 de abril de 2013).

<http://www.firmaelectrónica-hola-esapaña.html> (consultado: 22 de abril de 2013).

http://www.icex.es/staticFiles/Comercio%20electronico%20en%20EEUU_7380_.pd (consultado: 22 de abril de 2013).

http://www.inter-mediacion.com/net_altern_sol_conflic.htm (consultado: 25 de abril de 2013).

<http://www.onlineresolution.com> (consultado: 29 de abril de 2013).

<http://www.samiradelv.ElFakih-arbitrajevirtual-alternativa-parasoluciondeconflictos> (consultado: 26 de abril de 2013).

http://www.sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/human/arata_s_a/cap4.htm (consultado: 20 de abril de 2013).

<http://www.slideshare.net/gianello25/estructura-del-comercio-electronico> (consultado: 28 de abril de 2013).

<http://www.slideshare.net/Greizson/comercio-electronico-de-guatemala#btnNext> (consultado: 29 de abril de 2013).

<http://www.squaretrade.com> (consultado: 25 de abril de 2013).

LORENZETTI, Ricardo. **Comercio electrónico**. Buenos Aires, Argentina: Ed. Abeledo Perrot, 2004.



MENDOZA LUNA Amílcar Adolfo. **El cibertribunal peruano como medio efectivo de resolución de conflictos.** Revista abril 2002.

OSSORIO M. **Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales.** Argentina Ed. Heliasta, 2000.

PEREZ LUÑO, Antonio Enrique. **Ensayo de informática jurídica.** México: Ed. Fontamar, 2000.

RIVERA NEUTZÉ, Antonio Guillermo. **Arbitraje & conciliación alternativas extrajudiciales de solución de conflictos.** España: Ed. Editores Autores, 2002.

RIVERA NEUTZÉ Guillermo, Rainer Armando Gordillo Rodríguez. **Curso práctico de arbitraje comercial internacional.** España: Ed. Editorial Fotograbado Llerenasa, 2001

TÉLLEZ VALDÉZ, Julio. **Derecho Informático.** México: 1ª ed., Ed. (UNAM), 1987.

VIDE DE MARRONE, Mateo. **Sobre el arbitraje privado en la experiencia jurídica romana.** Distrito Romano Comune: Revista de Distrito Dell Integrazione e unificazione in Europa e America Latina.

Legislación:

Código Civil. Enrique Peralta Azurdia, Jefe de Gobierno de la República de Guatemala, Decreto Ley Número 106, 1964.

Código Procesal Civil y Mercantil. Enrique Peralta Azurdia, Jefe de Gobierno de la República de Guatemala, Decreto Ley 107, 1964.

Código de Comercio de Guatemala. Congreso de la República, Decreto Número 2-70, 1970.

Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas. Congreso de la República, Decreto Número 47-2008, 2008.

Ley de Arbitraje. Decreto 67-95, Guatemala.

Reglamento Conciliación y Arbitraje del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Guatemala.

Ley de Arbitraje. 60/2003, España, 2003.

Ley 59. Firma electrónica. España, 2003.



Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico. España, 2002.

Ley No. 27269. Ley de Firmas y Certificados Digitales. Perú, 28 de mayo de 2000.

Ley 32/2003 General de Telecomunicaciones sobre Comunicaciones Electrónicas. Perú, 2003.

Ley Modelo de la CNUDMI Sobre Conciliación Comercial Internacional. Con la Guía para su Incorporación al Derecho Interno y Utilización, 2002.

Ley Modelo de la CNUDMI Sobre Firmas Electrónicas. Guía para su Incorporación al Derecho Interno y Utilización, 2001.