

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



**LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR LA CONTRATACION EN GUATEMALA EN EL
SECTOR PRIVADO POR MEDIO DEL MANAGEMENT**

BAYRON ESTUARDO ZAPETA CASTRO

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2019

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

**LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR LA CONTRATACIÓN EN GUATEMALA EN EL
SECTOR PRIVADO POR MEDIO DEL MANAGEMENT**



LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

Guatemala, noviembre de 2019

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

DECANO:	Lic.	Gustavo Bonilla
VOCAL I:	Licda.	Astrid Jeannette Lemus Rodríguez
VOCAL II:	Lic.	Henry Manuel Arriaga Contreras
VOCAL III:	Lic.	Juan José Bolaños Mejía
VOCAL IV:	Br.	Denis Ernesto Velásquez González
VOCAL V:	Br.	Abidán Carías Palencia
SECRETARIO:	Lic.	Fernando Antonio Chacón Urizar

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).



FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES

Edificio S-7, Ciudad Universitaria
Guatemala, Guatemala



Guatemala, 09 de noviembre del año 2011.

Licenciado (a)
FREDDY MALDONADO DARDON
Ciudad de Guatemala

Licenciado (a) Maldonado Dardon:

Atentamente me dirijo a usted para hacer de su conocimiento que recibí el dictamen del (de la) Consejero (a)- Docente de la Unidad de Asesoría de Tesis de ésta Facultad, en el cual hace constar que el plan de investigación y el tema propuesto por el (la) estudiante: BAYRON ESTUARDO ZAPETA CASTRO, CARNÉ NO. 200518002, intitulado: "LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR LA CONTRATACIÓN EN GUATEMALA EN EL SECTOR PRIVADO POR MEDIO DEL MANAGEMENT" reúne los requisitos contenidos en el Normativo respectivo.

Me permito hacer de su conocimiento que como asesor (a) esta facultado (a) para realizar modificaciones que tengan por objeto mejorar la investigación, asimismo, del título de trabajo de tesis. En el dictamen correspondiente debe hacer constar el contenido del Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, el cual dice: "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".

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

LIC. CARLOS MANUEL CASTRO MONROY
JEFE DE LA UNIDAD ASESORÍA DE TESIS



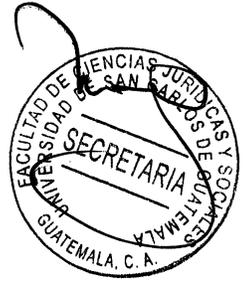
c.c. Unidad de Tesis, interesado y archivo

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES

Edificio S-7, Ciudad Universitaria
Guatemala, Guatemala

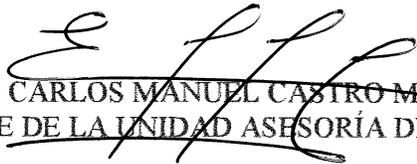


UNIDAD DE ASESORÍA DE TESIS, FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, nueve de noviembre del año dos mil once.

ASUNTO: BAYRON ESTUARDO ZAPETA CASTRO, CARNÉ NO. 200518002.
Solicita que para la elaboración de su tesis de grado, se le apruebe el tema que propone, expediente No. 891-11.

TEMA: "LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR LA CONTRATACIÓN EN GUATEMALA EN EL SECTOR PRIVADO POR MEDIO DEL MANAGEMENT".

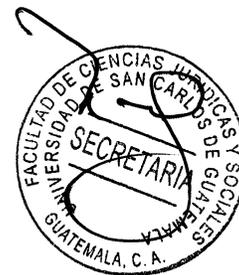
Con base en el dictamen emitido por el (la) consejero (a) designado (a) para evaluar el plan de investigación y el tema propuestos, quien opina de que se satisfacen los requisitos establecidos en el Normativo respectivo, se aprueba el tema indicado y se acepta como asesor (a) de tesis al (a la) Licenciado (a): Freddy Maldonado Dardon Abogado (a) y Notario (a), colegiado (a) No.8832.


LIC. CARLOS MANUEL CASTRO MONROY
JEFE DE LA UNIDAD ASESORÍA DE TESIS



Adjunto: Nombramiento de Asesor
c.c. Unidad de Tesis
CMCM/jrvch

FREDDY MALDONADO DARDON
21 calle final 7-70 zona 1
Guatemala, Guatemala



Guatemala, 15 de abril de 2012

Licenciado
Luis Efraín Guzmán
Coordinador de la Unidad de Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Ciudad Universitaria



Licenciado Guzmán:

De acuerdo con el nombramiento emitido por esa Unidad, el nueve de noviembre del año dos mil once en el se nombra como Asesor a mi persona del trabajo de tesis del bachiller BAYRON ESTUARDO ZAPETA CASTRO, a usted informo: El postulante presentó el tema de investigación intitulado: **“LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR LA CONTRATACIÓN EN GUATEMALA EN EL SECTOR PRIVADO POR MEDIO DEL MANAGEMENT”**.

El trabajo que se presenta contiene un excelente contenido técnico y científico, cuya metodología se encuentra basada en el método científico, para lo cual se evidencia el uso de la técnica de la investigación documental y bibliográfica, en relación al tema del contrato mercantil de *management* y su implementación en el sector privado.

Se utilizó la metodología apropiada, asimismo se utilizo una redacción clara, practica y concisa para la fácil comprensión del lector, se observo la utilización de autores nacionales e internacionales en materia de derecho mercantil, derecho internacional mercantil y derecho societario y/o empresarial y de economía, lo cual hace que se realicen las conclusiones y recomendaciones que deben ser tomadas en cuenta por estudiosos del Derecho, legisladores, población en general, pero más que todo por las entidades comerciales en Guatemala.

La presente investigación presenta un valioso aporte relativo al fomento de la competitividad empresarial proponiendo como medios de actualización para el buen funcionamiento de los comerciantes sociales la implementación del contrato de *management*.

FREDDY MALDONADO DARDON
21 calle final 7-70 zona 1
Guatemala, Guatemala



Es por lo anteriormente expuesto, que considero que el trabajo de mérito, cumple con los requisitos que para el efecto regula el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de la Tesis de la Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público de dicha casa de estudios por lo que emito el presente **DICTAMEN FAVORABLE**, en el trabajo de tesis del bachiller **BAYRON ESTUARDO ZAPETA CASTRO**, para que continúe su trámite respectivo.

Deferentemente,



FREDDY MALDONADO DARDON
ABOGADO Y NOTARIO
Lic. Freddy Maldonado Dardon
Asesor de Tesis
Colegiado: 8832



FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES

Edificio S-7, Ciudad Universitaria
Guatemala, Guatemala



**UNIDAD ASESORÍA DE TESIS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES.** Guatemala, siete de junio de dos mil doce.

Atentamente, pase al (a la) LICENCIADO (A): **EDGAR ARMINDO CASTILLO AYALA**, para que proceda a revisar el trabajo de tesis del (de la) estudiante: **BAYRON ESTUARDO ZAPETA CASTRO**, CARNE NO. **200518002** Intitulado: **“LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR LA CONTRATACIÓN EN GUATEMALA EN EL SECTOR PRIVADO POR MEDIO DEL MANAGEMENT”**.

Me permito hacer de su conocimiento que está facultado (a) para realizar las modificaciones de forma y fondo que tengan por objeto mejorar la investigación, asimismo, del título de trabajo de tesis. En el dictamen correspondiente debe hacer constar el contenido del Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, el cual dice: “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 las 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 estime pertinentes”.

LIC. CARLOS EBERTITO HERRERA RECINOS
JEFE DE LA UNIDAD ASESORÍA DE TESIS



cc.Unidad de Tesis
CEHR/iyc

LIC. EDGAR ARMINDO CASTILLO AYALA
3 Av. 13-62, zona 1
Guatemala, Guatemala



Guatemala, 09 de marzo del 2016.

**SEÑOR
JEFE DE LA UNIDAD DE ASESORÍA DE TESIS
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
DOCTOR BONERGE AMÍLCAR MEJÍA ORELLANA
SU DESPACHO**



Licenciado MEJÍA ORELLANA:

En atención a la providencia de revisor de tesis de fecha siete de junio de dos mil doce, en la cual se me notifica el nombramiento como revisor de tesis de el Bachiller **BAYRON ESTUARDO ZAPETA CASTRO**, intitulado "**LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR LA CONTRATACIÓN EN GUATEMALA EN EL SECTOR PRIVADO POR MEDIO DEL MANAGEMENT**", y habiendo cumplido con la revisión respectiva, me permito emitir el siguiente:

DICTAMEN

Tengo el agrado de manifestarle que procedí conforme al requerimiento antes indicado y que con el bachiller Bayron Estuardo Zapeta Castro, sostuvimos sesiones de trabajo durante las cuales se determinó que el tema propuesto contribuye en gran manera en el ámbito privado nacional ya que el procedimiento de este tipo de contrato y su aplicación en dicho sector representa un incentivo para la competitividad del comerciante social y contrae para la población en general beneficios de índole económica y de superación social, al mismo tiempo incentiva a la inversión extranjera. En concordancia al plan de investigación con base al cual se desarrolló el presente trabajo de tesis se comprobó suficientemente la hipótesis planteada.

El contenido del trabajo de tesis se ajusta a los requerimientos científicos y técnicos que se deben cumplir de conformidad con la normativa señalada para tal efecto. La técnica de investigación utilizada fue de carácter documental-bibliográfico, utilizada por autores eruditos de las distintas doctrinas actuales y legislación tanto nacional como extranjera; señalando la redacción en el trabajo de investigación ha sido empleada de manera correcta, ya que se enmarca una eficiente utilización de las reglas ortográficas normadas por la Real Academia de la Lengua Española, así mismo presenta un lenguaje técnico adecuado propio de los profesionales del Derecho y de la materia específica en la que se centra que es el derecho mercantil; y que la contribución científica del trabajo es importante pues aborda una situación que amerita sea observada y se perfeccione en el ámbito privado proponiendo la



LIC. EDGAR ARMINDO CASTILLO AYALA
3 Av. 13-62, zona 1
Guatemala, Guatemala

implementación del contrato de *management* para el gerenciamiento de los comerciantes sociales. La estructura del trabajo realizado, satisface los objetivos propuestos en la investigación por lo que se llenan los requisitos que requiere el grado académico de la licenciatura.

El bachiller Bayron Estuardo Zapeta Castro, en su trabajo de investigación ha utilizado de manera correcta, la metodología de investigación analítica, al estudiar la situación del sector privado en cuanto al gerenciamiento de las entidades comerciales del país; deductiva; al realizar un estudio profundo durante toda la investigación abarcando desde las generalidades del derecho mercantil hasta concluir con la propuesta de implementar el contrato de *management* en el sector privado para un mejor funcionamiento que conlleve también beneficios a la población guatemalteca.

Considero que además en el contenido del trabajo de investigación, se ha llegado a conclusiones de carácter general relacionadas con el tema y fundamentadas en la investigación y que en base a ellas se lograron realizar recomendaciones acerca de lo beneficioso que seria implementar el sistema propuesto en este trabajo y que además la bibliografía que ha sido utilizada es la mas correcta y adecuada, obteniendo exitosos resultados en la investigación, todas las demás fuentes de información han sido empleadas de manera correcta.

En atención al Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, resulta procedente emitir **DICTAMEN FAVORABLE, APROBANDO** el trabajo de tesis revisado.

Sin otro particular, deferentemente.

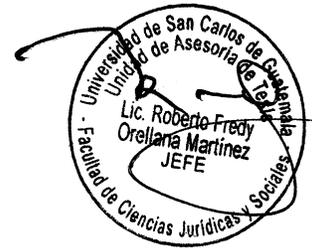
LICENCIADO EDGAR ARMINDO CASTILLO AYALA

COLEGIADO: 6220

Edgar Armindo Castillo Ayala
Abogado y Notario



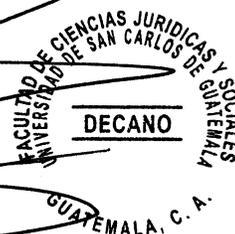
USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, 11 de octubre de 2019.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del trabajo de tesis del estudiante BAYRON ESTUARDO ZAPETA CASTRO, titulado LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR LA CONTRATACIÓN EN GUATEMALA EN EL SECTOR PRIVADO POR MEDIO DEL MANAGEMENT. Artículos: 31, 33 y 34 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.

RFOM/JP.





DEDICATORIA

A DIOS:

Ser que me ha dado la vida y me ha iluminado y dado fortaleza a través de todo el largo camino que ha conllevado concluir mis estudios superiores hasta el día de hoy.

A MIS PADRES:

Quienes aunque ya no estén, siempre han sido un faro de luz en mi camino, quienes me instruyeron y me dieron valores y principios y siempre dieron lo mejor de sí para que yo saliera adelante. Y aunque ya no los tenga en vida, su recuerdo siempre ha sido una fuente de inspiración para llevar mi vida lo más digna y recta posible.

A MI FAMILIA:

Las personas de las que he recibido todo su apoyo en todo momento y de todas las formas que se les ha hecho posible, además siempre han sido un gran ejemplo a seguir por su perseverancia y demás atributos.

A MIS HERMANOS:

Quienes siempre me han dado su apoyo incondicional en todos los ámbitos de los cuales he requerido, lo cual ha sido crucial para que el día de hoy este cumpliendo esta meta.



A MIS AMIGOS:

Los cuales me han brindado no solo su amistad, sino también su apoyo y consejos, dándome muchas alegrías y momentos memorables en mi vida.

A MI NOVIA:

Quien ha estado conmigo durante gran parte del trayecto de mi carrera, y de quien he aprendido muchas cosas positivas y siempre me ha presionado a seguir adelante y hacer cada día las cosas mejor, además con quien he compartido muchas experiencias y buenos momentos.

EN ESPECIAL:

A la tricentaria y gloriosa Universidad de San Carlos de Guatemala, así como a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, instituciones que han permitido no solo mi desarrollo personal, académico, profesional e intelectual, sino también forman para el pueblo profesionales competentes y con alta conciencia social.



ÍNDICE

Introducción.....	i
-------------------	---

CAPÍTULO I

1. Derecho mercantil guatemalteco.....	1
1.1. Antecedentes históricos.....	1
1.2. Definición.....	4
1.3. Características y principios.....	6
1.4. Fuentes.....	8
1.5. Aspectos generales del derecho mercantil guatemalteco.....	12
1.6. Sujetos del derecho mercantil.....	13
1.7. Autonomía del derecho mercantil.....	16

CAPÍTULO II

2. Obligaciones y contratos mercantiles en general.....	19
2.1. Obligaciones mercantiles.....	20
2.2. Clasificación de las obligaciones mercantiles.....	22
2.3. Contratos mercantiles.....	27
2.4. Aspectos generales relativos a los contratos mercantiles.....	32
2.5. Principios rectores de los contratos mercantiles.....	36
2.6. Clasificación de contratos mercantiles.....	37



CAPÍTULO III

	Pág.
3. El contrato atípico.....	43
3.1. Definición.....	43
3.2. Legalidad del contrato atípico y su funcionabilidad.....	45
3.3. Clases de contrato atípico.....	47
3.4. Contratos atípicos en otros países.....	48

CAPÍTULO IV

4. El contrato management	53
4.1. Etimología.....	53
4.2. Antecedentes.....	55
4.3. Definición.....	56
4.4. Características principales.....	58
4.5. Habilidades esenciales para el desempeño del <i>management</i>	60
4.6. Niveles y tipos de management.....	61
4.7. Ventajas del contrato management en una empresa.....	64
4.8. Clases o modalidades del contrato management.....	65
4.9. Prestación de servicios de management.....	68

CAPÍTULO V

5. La necesidad de implementar la contratación en Guatemala en el sector privado por medio del management.....	71
---	----



5.1. Concientización al sector privado para la implementación del contrato management.....	71
5.2. Ventajas de implementar el contrato management en el sector privado.....	74
5.3. Propuesta dirigida al Ministerio de Economía para coadyuvar con la campaña de concientización de implementar el management.....	76
5.3.1. Fases del proyecto de implementación del management.....	77
5.4. La desventaja de crear una norma jurídica para implementar el management en la dirección o gerenciamiento de una sociedad o empresa.....	79
CONCLUSIONES.....	81
RECOMENDACIONES.....	83
BIBLIOGRAFÍA.....	85



INTRODUCCIÓN

La investigación se enfoca en implementar la aplicación del contrato de management en el sector privado, toda vez que en la actualidad el Estado no aprovecha las ventajas que generaría su aplicabilidad, en tal virtud, se considera importante alertar a una competitividad, no importando el sector o giro comercial de la organización, aunque cabe señalar, en cuanto al turismo el comercio puede proveer de mejores resultado, no solo para el empresario sino para el desarrollo económico del país.

El objetivo general consistió en determinar soluciones a la problemática planteada que se pretende alcanzar; el propósito fue alcanzado por medio del análisis jurídico de la implementación del contrato de management en el sector privado, a través del Ministerio de Economía.

La hipótesis planteada en relación a la implementación del management en el sector privado para lograr la competitividad efectiva a través de concientización y capacitación de dicho sector en la utilización del contrato de management, fue comprobada durante el desarrollo de la investigación.

Los aspectos importantes de la investigación, en cuanto a la implementación del management en el sector privado, generaría desarrollo no solo para el país sino especialmente para las personas que habitan en lugares turísticos; además ofrece al trabajador una forma de crecimiento profesional.



El informe final se redactó en cinco capítulos que desarrollan lo siguiente: el capítulo I, está relacionado con el mercantil guatemalteco; el capítulo II, desarrolla las obligaciones y contratos mercantiles en general; el capítulo III, contempla el contrato atípico y su definición; el capítulo IV, regula el contrato de management, etimología y sus antecedentes; por último el capítulo V, contiene su implementación en el sector privado, concientización al sector privado, ventajas de su aplicación y propuesta dirigida al Ministerio de Economía.

La teoría que fundamenta la investigación es la cognoscitiva, toda vez que durante el desarrollo del presente trabajo se adquirió conocimientos que anteriormente se desconocían.

Los métodos aplicados fueron: deductivo, que sirvió para utilizar datos generales del management y su definición; el inductivo, que se utilizó para partir de los casos generales con el fin de llegar a una conclusión sobre el mismo; y el analítico, se utilizó para permitir desplazar todo el conocimiento en partes en relación a la implementación de este en el sector privado. Las técnicas empleadas fueron las siguientes: documental, que sirvió para identificar a los autores cuyas teorías y libros se relacionan con el tema; el internet, que sirvió para la búsqueda de información no contemplada en documentos; y la jurídica, la cual se utilizó para la interpretación de la legislación.

Se trata de aportar a la Facultad Ciencias Jurídicas y Sociales un proyecto académico en el cual la Universidad de San Carlos de Guatemala lo materialice por medio de una iniciativa de ley que presente al Congreso de la República de Guatemala.

CAPÍTULO I



1. Derecho mercantil guatemalteco

Esta es una rama del derecho que está encaminada y focalizada a delimitar el funcionamiento, señalar los procedimientos, instituir principios a las personas, sean individuales o jurídicas, que se encuentran en una actividad mercantil, por esto se hace necesario agotar sus antecedentes históricos, definición, características y principios que lo componen para poder adentrar al estudio centralizado de cualquiera de sus instituciones.

1.1. Antecedentes históricos

El derecho mercantil se desarrolla desde la época antigua hasta la situación actual y por esa serie de eventos históricos incluso algunos de carácter jurídicos, es que las fuentes reales representan gran importancia a esta rama.

En la antigüedad existieron civilizaciones que se dedicaban al tráfico comercial y estas fomentaron a través de la practica costumbres para regirlo, por ejemplo los egipcios, fenicios, los persas y los chinos.

Otras ciudades debido a su ubicación geográfica tuvieron mayor auge en el desarrollo del derecho mercantil, por ejemplo la Grecia clásica se encontraba ubicada cerca del Mar Mediterráneo y el hecho de que la vía marítima fuera la más expedita para



aproximarse a otras ciudades, hizo que el comercio por mar fuera una actividad de primer orden para su economía.

Esto contribuyó al origen de figuras de comercio como lo son el préstamo a la gruesa ventura, la echazón lo que hoy se conoce como la avería gruesa, asimismo se utilizaron para este tipo de instituciones las llamadas leyes rodias que deben su nombre por haberse originado en la Isla de Rodas y era un conjunto de leyes destinadas a regir el comercio marítimo. La cultura romana fue creadora de un sistema de alcances a gran escala por su vastedad territorial del imperio, lo que permitió la aceleración del tráfico comercial.

En la Edad Media el derecho mercantil se caracterizó sobre todo en lo que respecta a la organización social del sistema feudalismo; aunado a ello, un feudo ejercía poder omnímodo en su jurisdicción territorial y todo lo que allí hacía iba en su propio beneficio, esto incluía un poder político, este entraba en conflicto con los intereses de las monarquías.

Fuera de los feudos se formaron villas o pueblos, en donde se focalizó la naciente burguesía comerciante, lo que marco una etapa importante para el comercio y de transformación, pues esta actividad de estos pueblos inducía la riqueza comercial; luego de comerciar individualmente los comerciantes se organizaron en asociaciones llamadas corporaciones; estas corporaciones se regían por sus estatutos, en los que se recogieron las costumbres que ellos mismos habían venido practicando; de ahí que, a este derecho también se le llama derecho corporativo o derecho estatutario,



posteriormente, en la Edad o Época Moderna el derecho mercantil se caracteriza por hechos que marcan el curso de la humanidad pues este influyó en la actividad humana en su mayoría.

El descubrimiento de América, crea e infiere un expansionismo mercantilista para Europa, este descubrimiento no fue una casualidad o un mero accidente, fue el resultado de las pretensiones de España, Inglaterra, Francia, Holanda e Italia, que buscaban nuevas rutas para nuevos mercados, lo que infiere que la principal vía de comunicación comercial siguió siendo el mar.

El derecho mercantil en la época actual es un importante factor para la producción de la riqueza personal, toda vez, que el giro mercantil indistintamente cual sea, refiere clientela y este a la vez fama mercantil lo que conlleva a la creciente demanda de la población y ante esto la denominada oferta, lo que algunos estudiosos de la economía denominan la mano invisible, la fama mercantil se puede decir que es producto de la publicidad que se da al producto que se pone a la elección de la masa.

En Guatemala en el año 1970 se promulgó el Decreto 2-70 del Congreso de la República de Guatemala, que contiene el actual Código de Comercio, el que lleva inmerso la pretensión de ser un instrumento moderno, adaptado a las nuevas necesidades del tráfico comercial de Guatemala, tanto nacional como internacional, para su creación se tomaron en cuenta otros Códigos de Centroamérica, ello con la visión de lograr una unificación legislativa que hiciera viable el movimiento comercial que generaría el llamado mercado común centroamericano.



En el contenido del Código de Comercio, se pueden observar instituciones que para ese entonces ya eran necesarias para el desarrollo comercial del país, si bien es cierto, contiene aspectos positivos y negativos, de ahí que se hace necesario el estudio de cierto tipo de instituciones que no fueron instituidas por este cuerpo legal, dieron un marco jurídico para la aplicación de ellas, como lo son los contratos atípicos.

Es por esto que el derecho mercantil no se agota en un Código como fue la idea inicial pues la constante actividad comercial y su expansión, nacional e internacional, integra mas leyes que completan el panorama jurídico mercantil y que también la práctica comercial acepta la creación de instrumentos que hacen viable la actividad comercial.

1.2. Definición

Para realizar una definición de derecho mercantil se deben tomar en cuenta varios aspectos o elementos que se encuentran en las relaciones de comercio y que caracterizan la forma en que se desarrollan, como el comerciante, social e individual, los objetivos del comercio, la organización empresarial y las obligaciones de los comerciantes.

“El Derecho Mercantil es el conjunto de principios doctrinarios y normas de derecho sustantivo que rigen la actividad de los comerciantes en su función profesional.”¹ Aquí se argumenta que el derecho mercantil se ha preocupado más en adaptarse a la

¹ Villegas Lara, René Arturo. **Derecho mercantil guatemalteco**. Pág. 37.



práctica cambiante, en el modo de comerciar, que en crear elementos teóricos que si existen en el campo civil.

Así bien como una definición propia a esta investigación y en forma de compilación atendiendo a la aplicabilidad del Código de Comercio, se puede decir que, el derecho mercantil es el conjunto de normas jurídicas, características y principios que regulan a los comerciantes en su actividad profesional, los negocios jurídicos mercantiles y cosas mercantiles.

El derecho mercantil puede conceptualizarse desde dos puntos de vista como lo son el subjetivo y objetivo. En el concepto subjetivo el derecho mercantil: “es el conjunto de principios doctrinarios y normas de derecho sustantivo que rigen en la actividad de los comerciantes en su función profesional.”² Este se vincula directamente con individuo que se desempeña como comerciante.

Desde un punto de vista objetivo: “conjunto de principios doctrinarios y normas de derecho sustantivo que rigen los actos objetivos de comercio.”³ Desde este punto de vista se enfoca el estudio del derecho a los actos propios del comercio.

Se puede agregar que el concepto del derecho mercantil derivado de los actos en masa, siendo este el que rige una serie de relaciones de relevancia jurídica, cuya característica especial es que dan en masa, en grandes cantidades; también se puede

² *Ibíd.* Pág. 37.

³ *Ibíd.* Pág. 38.



conceptualizar el derecho mercantil guatemalteco, siendo este el conjunto de normas jurídicas que rigen la actividad profesional de los comerciantes, las cosas o bienes mercantiles y la negociación jurídica mercantil.

1.3. Características y principios

Las características dependen de la materia que la rama del derecho trate, en el caso del derecho mercantil su materia es el comercio que su peculiaridad es de que se da en las masas y su forma cambia constantemente en los modos de operar, exigir, transferir o extinguir, a continuación se señalan las principales:

- a) Poco formalista: El derecho mercantil en cuanto a la forma de crear una obligación mercantil, no es necesaria la solemnidad, aunque existen excepciones a la regla como lo es el contrato de constitución de sociedad y fideicomiso; por ejemplo los títulos de crédito no exigen que su elemento formal sea específicamente en un soporte en concreto, asimismo su traslado en cuanto a la propiedad de los mismos puede realizarse con el simple endoso, y así los contratos mercantiles en particular pueden realizarse en papel común pudiendo utilizar el documento privado para obligarse entre comerciantes.
- b) Ágil y ofrece libertad en los medios para traficar, el poco formalismo insta a que sea ágil en el modo de operar siendo para crear, modificar, transferir, exigir o extinguir cualquier tipo de obligación mercantil que surja.



- c) La agilidad formula ante el comerciante la libertad de poder optar a medios diferentes y variados para poder traficar, títulos de crédito o contratos, esto con el objeto de obtener de una manera más rápida las ganancias para los comerciantes.
- d) Adaptabilidad: El comercio es la actividad humana más cambiante y mayormente beneficiosa para el mundo entero, particularmente para los individuos que la realizan, los comerciantes, individual o social, pues esta actividad se desenvuelve progresivamente, esto representa nuevas formas de contratación y trafico, a lo que el comerciante obedece sin mayor esfuerzo por su poco formalismo, aunado a ello, una de las características del derecho mercantil es precisamente es que se adapta a la realidad social.
- e) Tiende a ser internacional: La prestación de servicios, o producción de bienes no puede limitarse localmente pues el comercio tiende a expandirse y el comerciante ante esta eventualidad debe buscar la manera de también crecer y realizar para ello actos jurídicos que tiendan aprovechar esta oportunidad que ofrece el giro comercial propio de cada comerciante; asimismo las Naciones Unidas promueven y fomentan el estudio y sistematización el derecho mercantil comercial, de tal manera que el comercio no solo se desenvuelve en el mercado local sino también internacional.
- f) Seguridad en el tráfico jurídico: Ante esta característica pueden surgir dudas, pues el poco formalismo del comercio puede dar pie a confusión, ya que únicamente de una manera solemne y a través de formalidades señaladas por la normativa puede



alcanzarse la seguridad jurídica, pero todo esto se esclarece por los principios en que se encuentra fundamentado el derecho mercantil y su forma de contratación y forma de obligarse, la verdad sabida y la buena fe guardada, para que ningún acto jurídico posterior pueda desvirtuar lo que las partes han adquirido al momento de obligarse.

Los principios y características del derecho mercantil deben funcionar conjuntamente para una correcta interpretación, se pueden considerar los siguientes principios:

- a) Buena fe
- b) Verdad sabida
- c) Toda prestación se presume onerosa
- d) Intención de lucro y
- e) Ante la duda deben favorecerse las soluciones que hagan más segura la circulación.

1.4. Fuentes

El derecho en general contiene fuentes que hacen surgir el mismo dentro del ámbito legal, es necesario también enfocar dichas fuentes a la rama objeto de estudio de la presente investigación, en tal virtud, la palabra fuente del derecho significa origen,



fenómeno de donde se proviene. Las fuentes formales del derecho mercantil son las siguientes:

- a) La costumbre
- b) La jurisprudencia
- c) La ley
- d) La doctrina
- e) El contrato.

La costumbre se conoce como la fuente primigenia del derecho y más para el derecho mercantil, denominándole por la práctica el termino usos mercantiles, pudiendo ser locales o internacionales, generales y especiales, normativos e interpretativos, siendo este último el más importante para la presente investigación pues el uso normativo como el texto lo indica, norma una relación jurídica y por lo mismo genera derecho; el interpretativo, *contrario sensu*, sólo es útil para clarificar o interpretar el sentido de una norma contractual o de derecho vigente, es decir, no produce derecho.

En el orden jurídico de Guatemala, en donde por disposición expresa de la Ley del Organismo Judicial, Decreto 2-89 del Congreso de la República de Guatemala, contra la observancia de la ley no puede alegarse costumbre, uso o práctica en contrario, es obvio que la costumbre no es fuente de derecho. En el Código de Comercio de



Guatemala, se encuentran algunos usos, pero son estrictamente interpretativos de manera que no se contradice con el mandato legal de la referida ley.

La jurisprudencia conforme al ordenamiento jurídico guatemalteco, la jurisprudencia no es fuente de derecho. La estructura constitucional del Estado de Guatemala, establece que la ley sólo puede producirse en el Organismo Legislativo; por otro lado, cuando el Código Procesal Civil y Mercantil establece los efectos de cinco fallos reiterados en juicios ordinarios sometidos a casación, no significa que estén creando nuevas normas de observancia obligatoria.

La función que la jurisprudencia tiene encomendada en Guatemala, es adecuar correctamente la norma al caso concreto, es interpretar el derecho vigente y preexistente, pensando lo ya pensado.

Otra situación sería el caso si fuera una jurisprudencia sociológica o jurisprudencia de intereses, en que el juez sí crea el derecho, tal como sucede en el derecho anglosajón, en donde fallos de tribunales competentes crean normas las cuales deben ser observadas por los tribunales en similares situaciones o casos.

La ley es la única fuente del derecho, por ende también del derecho mercantil, la cual, jerárquicamente se integra así: Constitución Política de la República de Guatemala, demás leyes ordinarias, aquí se pueden ubicar al Código de Comercio de Guatemala, tratados internacionales en materia comercial como el Convenio de París, Convenio de Roma, Convenio de Viena, Convenio de Budapest, Ley de Mercado de Valores y



Mercancias, Ley de Propiedad Industrial, Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos, Ley de Almacenes Generales de Depósito, Ley de la Actividad Aseguradora, Ley de Bancos y Grupos Financieros, Ley de Sociedades financieras, Ley Contra el Lavado de Dinero u Otros Activo, reglamentos mercantiles y contratos en particular, estos últimos regidos por el principio de *lex pacta sunt servanta,es decir*, lo pactado entre las partes es ley entre ellos.

En relación a la doctrina, cabe señalar que muchos autores niegan la calidad de fuente del derecho, sin embargo, en el derecho mercantil sucede algo especial, por el lento proceso legislativo es indudable que la doctrina planteada por los científicos del derecho va siempre adelante del derecho vigente.

La doctrina al igual que la práctica se construye día a día por los usos mercantiles que se dan de instituciones comerciales con las que el comerciante trafica en su giro comercia propio, lo cual es lo contrario con la ley pues se encuentra previamente legislada desde hace tiempo, inclusive desactualizada a las nuevas tendencias comerciales.

Para que el derecho mercantil sea viable fácticamente, los principios propios de dicha rama, como la verdad sabida y la buena fe guardada, y que son doctrinarios, se presentan ante las demás fuentes como un coadyuvante en la interpretación del contexto legal, esto regulado en el Artículo 1 del Código de Comercio que establece: “Los comerciantes en su actividad profesional, los negocios jurídicos mercantiles y cosas mercantiles, se regirán por las disposiciones de este código, y en su defecto,



por las del derecho civil que se aplicarán e interpretarán de conformidad con los principios que inspira el derecho mercantil.” Pero no puede considerarse una fuente aislada que produzca efectos ella sola, sino coadyuvante.

La doctrina puede ser utilizada en distintos casos por ejemplo: coadyuvar al esclarecimiento del derecho vigente, con la diferencia de que por su solidez científica, juega un papel preponderante en el conocimiento de los problemas que tienen que resolverse dentro del contexto del derecho mercantil.

El contrato es considerado como fuente del derecho sobre todo en el campo del derecho privado, se puede considerar, apartando teorías arraigadas como la de Kelsen, al contrato como fuente del derecho mercantil en la medida en que recoge convenciones de los particulares provenientes de la esfera de autonomía de la voluntad, es decir que su contenido su cumplimiento es obligatorio.

Si en algún campo del derecho privado se dan modalidades muy especiales al celebrar un contrato, en el terreno del derecho mercantil es en donde mayor expresión alcanza esta situación. Sin embargo, debe tenerse presente que el contrato ha sido definido como ley entre las partes y en ese sentido vendría a ser una fuente muy particular, que sólo tiene radio de acción para los sujetos que en él haya intervenido como partes: pero no generaría disposiciones de observancia general, con esta limitación es como puede considerársele al contrato mercantil como fuente del derecho mercantil.



1.5. Aspectos generales del derecho mercantil guatemalteco

En Guatemala de cierta manera el derecho mercantil se encuentra codificado en su parte general, en donde todo comerciante o actividad mercantil debe basarse en el momento de iniciar una relación jurídica mercantil o al momento de constituirla.

El Código de Comercio de Guatemala coexiste regulando la actividad mercantil con un conjunto de cuerpos legales destinados al mismo fin, el comercio: Entre ellos se pueden encontrar, la Ley de Almacenes Generales de Depósito, Ley de la Actividad Aseguradora, Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos, Ley de Propiedad Industrial, Ley de Protección al Usuario y Consumidor y la Ley de Mercado de Valores y Mercancías, todas ellas destinadas a regular la actividad comercial en Guatemala.

Si bien es cierto, regular o crear normas jurídicas legales para la institución de figuras mercantiles, no crea un desarrollo en el ámbito comercial, lo hace en cuanto al desarrollo del comercio, pues es este quien por su auge y constante actividad influye en el aparato legislativo llevando consigo la necesidad de observar el comercio.

1.6. Sujetos de derecho mercantil

El derecho mercantil funciona por sujetos que en su actividades cotidianas comerciales actúan ejerciendo funciones de comerciantes, sean individuales o sociales, realizan operaciones de giro mercantil las cuales desarrollan al derecho mercantil junto a toda sus instituciones, siempre con ánimo de lucro y en nombre propio.



En principio debe de tenerse claro que un comerciante es aquella persona que, con intenciones de lucre, compra para revender, colocándose o desarrollando una actividad intermediadora entre productor y consumidor de bienes y servicios.

Al respecto, el Código de Comercio establece en el Artículo 2 que: “Son comerciantes quienes ejercen en nombre propio y con fines de lucre, cualquier actividad que se refiera a lo siguiente:

1. La industria dirigida a la producción y transformación de bienes y a la prestación de servicios.
2. La intermediación en la circulación de bienes y a la prestación de servicios.
3. Banca, seguros y fianzas.
4. Los auxiliares de los anteriores.”

La norma anteriormente transcrita, se puede determinar que contiene supuestos jurídicos necesarios para poder considerar a un individuo como comerciante, cumpliendo con las siguientes características:

- a) Ejercer en nombre propio: Es la actuación en el tráfico comercial y debe ser siempre en nombre propio, de lo contrario se estaría ante otra figura distinta a la de un comerciante, por ejemplo, el mandatario, es por ello que el comerciante debe



siempre actuar en nombre propio y no para otro, debe ser el sujeto de imputación de las relaciones jurídicas que devengan de su tráfico. Esa es la diferencia con el auxiliar del comerciante, que no actúa en nombre propio, sino en nombre de otro, del principal, sea individual o social.

- b) Con fines de lucro: El comerciante actúa siempre con intenciones de obtener utilidades de la actividad que realiza o de los bienes que tiene para el público, cada vez que realiza una relación jurídica mercantil, su objetivo final es lucrar para aumentar su capital y seguir capitalizándose.
- c) Dedicarse a actividades calificadas como mercantiles. Se refiere a la industria como acto mercantil, es importante señalar que de una manera integral se puede hablar de dedicarse a la propiedad intelectual por parte del comerciante y esta abarcaría la industria, derechos de autor y derechos conexos. También se puede calificar como comercio a la intermediación en la circulación de bienes y la prestación de servicios, es aquí en donde se da la original y arraigada actividad comercial, asimismo la función de los bancos, aseguradora y afianzadora, se les da la calidad de comerciantes.

De todo lo anteriormente expuesto, existen dos clases de comerciantes, siendo los siguientes.

- a) Comerciante individual



b) Comerciante social.

El comerciante individual, uno de los requisitos para que el sujeto particular debe llenar para que pueda tener la calidad de comerciante es que sea hábil para obligarse de conformidad con las disposiciones del Artículo 8 del Código Civil, es decir que la persona haya adquirido la mayoría de edad, es decir debe estar posibilitada para actuar en el campo jurídico legal, dicha posibilidad solo puede obtenerse con la mayoría de edad que regula el derecho civil guatemalteco.

Teniendo en cuenta lo descrito en el párrafo anterior, se puede decir que comerciante individual es toda aquella persona que teniendo capacidad para ejercer el comercio, lo realiza en nombre propio, con fines de lucro realiza, de manera individual, todas aquellas actividades propias del comercio.

Por otra parte, el comerciante social es toda persona jurídica que conformada mediante escritura pública, con intención de lucro realiza actividades propias del comercio, debiendo constituirse para ello en una entidad social, el cual está regulada en el Artículo 10 del Código de Comercio de Guatemala. "La sociedad mercantil es la agrupación de varias personas que, mediante un contrato se unen para la común realización de un fin lucrativo, crean un patrimonio específico y adoptan una de las formas establecidas por la ley."⁴ Se puede extraer de esta cita el objeto más importante de una sociedad mercantil, siendo las utilidades o lucro.

⁴ *Ibíd.* Pág. 62.



Tratándose del concepto legal es necesario hacer una relación detallada del mismo y señalar el aspecto contractual de la sociedad, para ello, se puede referir el Artículo 1728 del Código Civil, que contempla: “la sociedad es un contrato por el que dos o más personas convienen en poner en común, bienes o servicios para ejercer una actividad económica y dividirse las ganancias.” En ese sentido, para que pueda constituirse una sociedad mercantil, es necesario que la existencia de dos o mas personas.

1.7. Autonomía del derecho mercantil

En cuanto a la relativa autonomía del derecho mercantil es necesario prescindir de dicha situación, toda vez, si bien es cierto por aspectos históricos en relación a su parte sustantiva ha tomado auge su parte practica no se ha desprendido por completo del derecho común.

Ahora bien, cuando se creía que la división del derecho privado era un hecho consagrado, surgió la idea de hacer un solo Código que reuniera ambas materias. Esa idea la tomaron en cuenta algunas legislaciones parcialmente; por eso se encuentra que en Suiza e Italia unificaron las obligaciones en un mismo cuerpo legal.

“La proposición fue inspirada originalmente por el desarreglo científico en que encontré nuestra disciplina, condenada a vivir a media distancia entre el empirismo de la practica y las doctrinas tradicionales consagradas por el derecho civil, bloqueándose en la impotencia jurídica de los contratos sui generis. Y todavía estimo que aquella fusión es un deber de quien estudia y de quien enseña.



Un deber científico y didáctico, porque la ciencia y la escuela deben tender a construcciones unitarias; y considero también que es un deber judicial porque la magistratura no puede cumplir su función social si no tiende hacia el equilibrio de los intereses y hacia la unidad de las reglas dictadas para su tutela.”⁵ De esta forma el autor describe así el motivo de su inquietud en relación a la autonomía del derecho mercantil.

Para tomar en cuenta la autonomía del derecho mercantil deben de tomarse en cuenta los siguientes aspectos:

- a) El origen de la codificación varía del derecho civil a derecho mercantil.
- b) El derecho mercantil tiende a ser internacional.
- c) La existencia de los denominados títulos de crédito solo puede funcionar dentro de un derecho bastante flexible, rápido y poco formalista como lo es el derecho mercantil.
- d) Los negocios a distancia provocan problemas que el derecho civil no resuelve.
- e) Los negocios mercantiles se desarrollan en masa, a diferencia de los civiles que generalmente son aislados.

⁵ *Ibíd.* Pág. 35.



Lo anterior expuesto, son aspectos en pro de la separación del derecho mercantil con el derecho civil, pues estos demuestran la importancia y el alcance de dicha rama del derecho y su propia esfera de regulación.





CAPÍTULO II

2. Obligaciones y contratos mercantiles en general

Las obligaciones o el negocio jurídico mercantil es una institución de imprescindible importancia estudiarla, analizarla y desarrollar en la investigación presente, toda vez, que figura como la piedra angular de cualquier relación jurídica comercial y que también está inmersa en los contratos mercantiles.

Se puede definir de una manera general que la obligación es un vínculo jurídico resultante de un acto o declaración de voluntad consistente en dar, hacer o no hacer alguna cosa, es decir que la contratación se da entre dos personas quienes se obligan a cumplir el contenido de la misma.

En cuanto al contrato en general, pero atendiendo a la materia mercantil, se puede decir que proviene del latín *contractus*, que significa unir. Se sigue esta idea y se asocia el contrato con la unión o unificación de voluntades o acuerdo de voluntades, creando de esta forma una primera concepción general de contrato. También se puede decir que es cuando dos o más personas crean, modifican, transmiten o extinguen obligaciones comerciales.

El contrato es un acto jurídico bilateral que consiste en una declaración común de la voluntad de las partes contratantes, que tiene por finalidad inmediata regir sus relaciones estableciendo derechos y deberes, es decir, el contrato es el medio por el



cual los contratantes, voluntariamente, crean una norma jurídica que regula su relación generando derechos y obligaciones entre ellos.

2.1. Obligaciones mercantiles

Una obligación se sintetiza en lo que conocemos como negocio jurídico, y en este sentido nos debemos referir al negocio jurídico mercantil. Si bien es cierto legalmente no existe definición de obligación y menos una distinción entre una obligación civil y mercantil, es por ello que de manera general se debe estudiar tal institución.

Conforme a lo regulado por el Artículo 1319 del Código Civil, que establece: “Toda obligación resultante de un acto o declaración de voluntad consiste en dar, hacer o no hacer alguna cosa una.” Es decir, que una obligación es en un acto o declaración de voluntad que consiste en dar, hacer o no hacer alguna cosa.

De lo anterior expuesto, se hace cita a una norma de carácter civil, en la actualidad no hay una diferencia entre la obligación civil o la mercantil pues ambas traen aparejadas las circunstancias de dar, hacer o no hacer alguna cosa, a lo que algunos autores refieren que la mercantil, hablando de la obligación, se pueden transferir también ciertos derechos, ahora bien, cuando se realice entre comerciantes la obligación se tornara de carácter mercantil, además cabe recordar que todas las obligaciones mercantiles son onerosas, mientras que las obligaciones civiles pueden ser gratuitas u onerosas; las obligaciones mercantiles no requieren solemnidad, no así las civiles que si la requieren y así se podría citar más ejemplos enfocados en cuanto a sus características.



Para definir obligación mercantil, al respecto el Código de Comercio en el Artículo 669 establece: “Las obligaciones mercantiles se interpretaran, ejecutan y cumplen de conformidad con los principios de verdad sabida, y buena fe guardada.” No significa que la verdad y la buena fe dejen de tomarse en cuenta para obligaciones de otra naturaleza jurídica.

Por el poco formalismo con que se dan, esos principios funcionan como parte de su propia substancia; de manera que las partes obligadas conocen en verdad sus derechos y obligaciones y se vinculan de buena fe en sus intenciones y deseos de negociar, para no darle una interpretación distinta a los contratos, ya que de otra manera se destruiría la seguridad del tráfico comercial.”⁶ Las partes están conscientes de lo que se pacta, nadie puede invocar ignorancia a las cláusulas del contrato.

Lo anterior ayuda a definir las obligaciones mercantiles, ya que es de mucha importancia tomar en cuenta sus principios filosóficos rectores los cuales son: verdad sabida y buena fe guardada, esto para tener presente que los negocios jurídicos emanados de una relación comercial deben de englobar la correcta actitud de los comerciantes en el seno de las obligaciones que emanan de los actos jurídicos llevados a cabo entre ellos.

Como definición de una obligación mercantil, se puede decir que es toda declaración de voluntad o acto jurídico emanado de las relaciones entre comerciantes consistentes en crear, transferir, hacer o no hacer determinada actividad, debido a la inmensa gama de

⁶ *Ibíd.* Pág. 3.



negociaciones mercantiles que se dan, se clasifican de distinta manera las obligaciones que surgen entre los sujetos; así también debido a que pueden ser muchos los criterios tomados a la hora de clasificarlas, se debe centrar en las más importantes o de mayor uso.

2.2. Clasificación de las obligaciones mercantiles

Por su objeto las obligaciones se clasifican de dar, de no dar, de hacer y no hacer. La obligación de dar consiste en el traslado de la propiedad de cosa y en la enajenación temporal del uso o goce de cosa cierta y en la restitución de la cosa ajena o en el pago debido; en las obligaciones de hacer, el deudor está obligado a realizar un hecho, y en las obligaciones de no hacer, el deudor debe abstenerse de realizar un hecho.

La clasificación de las obligaciones mercantiles que se consideran importantes puede ser los siguientes: genéricas y específicas, alternativas, puras, condicionales, a término o a plazo, con cláusula penal, divisibles e indivisibles, y mancomunadas y solidarias.

La obligación genérica, se puede señalar que es aquella cuando se da una cantidad de cosas, en que el deudor cuenta con la facultad de que sean estas o aquellas, es decir se determina por el género o la clase a que pertenece la cosa o prestación y el deudor solo está obligado o cumple entregando una cosa cualquiera o prestando un servicio cualquiera de los que conforman ese género; mientras que en las obligaciones específicas debe venir determinada la cosa o servicios por sus caracteres especiales y es solamente una cosa cierta que figura en la obligación.



Las obligaciones alternativas, son aquellas en las cuales, señalados varios objetos o cosas de la obligación, se puede elegir, para el momento del pago, uno o de ellos, quedando todos los demás libres; en cuanto a las obligaciones puras, estas se caracterizan pues no están sujetas para que sean eficaces y ejecutables a condición o plazo alguno; caso contrario las obligaciones condicionales, pues sus efectos o ejecución dependen de un acontecimiento futuro e incierto.

Las obligaciones a término o a plazo, son aquellas que su grado de eficacia o ejecución se perfeccionan en el momento en que debe ocurrir cierto hecho futuro. Las obligaciones con cláusula penal se dan cuando aquella convención accesoria añadida a una obligación, en virtud se promete realizar una prestación, generalmente pecuniaria, para el caso de que las partes no cumplan o hagan irregularmente lo prometido.

Las obligaciones divisibles, son aquellas que tienen por objeto una prestación susceptible de ser cumplida o ejecutada por partes, previamente pactadas, sin alterar la obligación inicial; las indivisibles, no aceptan este tipo de partición de la condición u obligación mercantil principal.

Para las obligaciones mancomunadas, existen varias personas al lado del crédito o del lado de la deuda, pudiendo ser simples o solidarias, simples cuando cada acreedor no puede pedir, ni cada deudor tiene que prestar nada más que la que le corresponda; y la solidaria, es cuando cada deudor se encuentra obligado al igual que los acreedores a cumplirla, estas obligaciones mercantiles también contienen características que influyen al momento de crearlas.



En cuanto a la solidaridad de los deudores, el Artículo 674 del Código de Comercio establece que: “En las obligaciones mercantiles los codeudores serán solidarios, salvo pacto expreso en contrario. Todo fiador de obligación mercantil, aunque no sea comerciante, será solidario con el deudor principal y con los otros fiadores, salvo pacto en contrario”.

La norma citada preceptúa que la solidaridad de deudores se presume de pleno derecho, salvo que los comerciantes pacten lo contrario de manera expresa, ello implica que cuando existe pluralidad de deudores cualquiera de ellos tiene que pagar el contenido integro de la obligación.

Acerca de la exigibilidad de las obligaciones sin plazo, se señala que la obligación está sujeta a un plazo, es decir, el tiempo en que el deudor debe cumplirla el cual se encuentra señalado en relación al tiempo. Al respecto el Artículo 675 del Código de Comercio de Guatemala establece: “son exigibles inmediatamente las obligaciones para cuyo cumplimiento no se hubiere fijado un término en el contrato, salvo que el plazo sea consecuencia de la propia naturaleza de este.” Esto demuestra y fundamenta la clasificación de las obligaciones puras, pues estas no necesitan condición alguna ni deben de señalarse plazo alguno para su cumplimiento.

Los sujetos de una obligación civil pueden incurrir en mora siendo esta el status jurídico en que se encontrará el sujeto si no cumple con su obligación o no acepta la prestación que le hace el deudor, en virtud de la exigibilidad de los respectivos vínculos. También es conocida como la automaticidad de la mora, que también se refiere al retardo en el



cumplimiento de la prestación por parte del deudor, esta característica se encuentra regulada en el Artículo 677 del Código de comercio de Guatemala.

El Artículo 676 del Código de Comercio, establece: “En las obligaciones mercantiles toda prórroga o cortesía por parte de los comerciantes debe ser expresa.” De tal manera que la prórroga debe manifestarse en un documento o escritura pública.

En cuanto a la capitalización de intereses o anatocismo, significa que cuando el deudor deja de pagar intereses, la cantidad que se adeude por ese concepto, acrecenta el capital; de manera que, a partir de la capitalización, los intereses aumentan porque se elevó la suma del capital.

“La capitalización de intereses, duramente criticada por la doctrina, es uno de los aspectos negativos del actual código de comercio, porque va en contra de grandes masas de población que consumen bienes y servicios.”⁷ Este fenómeno de capitalizar intereses era propio de materia bancaria pero en la actualidad el Código de Comercio de Guatemala aplicó esta situación legal y lo extendió a todo tipo de obligación mercantil, siempre que así se pacte en el contrato y que la tasa de intereses no sobrepasen la máxima que cobran los bancos.

En relación al derecho de retención consiste en la facultad que se concede al acreedor mercantil para retener bienes muebles o inmuebles de su deudor, que se hallen en su poder; o de los que tuviere por medio de títulos representativos, cuando al ser exigida la

⁷ *Ibíd.* Pág. 9.



obligación el deudor no cumple; o bien, hasta que el deudor cumpla, esto desarrollado por el Artículo 682 del Código de Comercio de Guatemala.

La retención funciona, en este extremo, como una garantía a favor del acreedor que desea hacer efectiva la obligación, pero como los bienes retenidos siguen siendo propiedad del deudor, el acreedor debe velar por su conservación; por eso la ley le asigna a este las obligaciones de un depositario, guardar la cosa depositada y abstenerse de hacer uso de ella, no registrar las cosas que se le han entregado embaladas o selladas, avisar de cualquier pérdida o deterioro que pudiera sufrir la cosa y de las medidas que deben tomarse para evitarlo e indemnizar los daños y perjuicios que por dolo o culpa sufriere el deudor con relación a la cosa.

En cuanto a la nulidad de las obligaciones plurilaterales se indica que: “Es criterio reiterado de la doctrina que en materia de obligaciones y contratos mercantiles los hechos de nulidad deben reducirse al máximo, en aras de la seguridad del tráfico comercial; sobre todo por su rapidez y poco formalismo.”⁸ De lo expuesto el Artículo 689 del Código de Comercio de regula que la nulidad que afecte la obligación de una de las partes en un negocio plurilateral, no anula la totalidad del negocio jurídico, sino únicamente con relación a la parte que provocó la nulidad; excepto que ese hecho haga imposible la existencia del negocio.

Con relación al referido tema, la nulidad, se debe tener presente que aun cuando no se tratara de negocios jurídicos plurilaterales, el juez debe ser cauteloso para declarar una

⁸ *Ibíd.* Pág. 7.



nulidad de obligaciones mercantiles, fundamentándose en los principios filosóficos de verdad sabida y buena fe guardada.

Cuando existe obligación de entregar mercaderías como consecuencia de un contrato, y no se estableció su especie o calidad, al deudor solo puede exigírsele la entrega de mercaderías de especie o calidad medias, tal y como lo regula el Artículo 690 del Código de Comercio de Guatemala.

El Artículo 693 del Código de Comercio de Guatemala establece que: “en las obligaciones de tracto sucesivo la falta de pago da por vencido el plazo de la obligación y la hace exigible”. Esto debido a las características del derecho mercantil pues su flexibilidad engloba la rapidez y en caso de duda optar por la mejor opción que agilice el giro comercial.

2.3. Contratos mercantiles

En cuanto a los contratos mercantiles es importante señalar su situación en el mundo actual y su importancia que representan día a día, tal como lo describe la cita a continuación: “se está asistiendo a un cambio tan revolucionario como profundo, que constituye un reto a todo lo que hasta ahora se deba por sentado.

Las formas de pensar, las formulas, dogmas e ideologías, por valiosas o útiles que hayan sido en el pasado, no se adecuan ya a los hechos que nos presenta el mundo actual. Esta nueva etapa de la civilización que está rápidamente emergiendo del choque



y confrontación de nuevas ideas y tecnologías, nuevas relaciones geopolíticas, nuevos estilos de vida y modos de comunicación, exige ideas, conceptos, clasificaciones y formas de análisis completamente nuevos. No se debe encerrar este mundo de mañana, aun en embrión, en los cubículos convencionales de ayer. Con esta mentalidad se debe encarar el estudio de este tema.”⁹ De esta forma se propone como exigencia un estudio más concienzudo, ágil y acorde a gran cantidad de factores que influyen en cuanto a la contratación mercantil.

Desde un punto de vista jurídico: “El empresario es el elemento básico del derecho mercantil, dado que él es el factor económico y sujeto activo y pasivo de las relaciones jurídicas que nacen de la actividad comercial. Para atribuir a un sujeto la condición de empresario mercantil es necesaria la existencia de una actividad organizada como empresa, y que el asuma los riesgos y las consecuencias económicas y jurídicas de su explotación.”¹⁰ Por eso es muy importante señalar la importancia del empresario o comerciante dentro de cada uno de los contratos, ya que ellos son la representación de las partes.

Bajo estos planteamientos, puede notarse que el concepto de comerciante para algunos, o el termino de empresario para otros, se enfoca desde varias perspectivas; algunas son económicas, otras jurídicas o tributarias. Ahora bien, es necesario precisar que existe una diferencia entre empresario y comerciante, la cual radica en los límites del término comerciante, pues este no alcanza a describir todas las actividades que

⁹ Farina, Juan Manuel. **Contratos comerciales modernos.** Pág. 1.

¹⁰ Broseta Pont, Manuel. **La empresa.** Pág. 173.



desarrolla, ya que también puede dedicarse a realizar actividades para la industria y no exclusivamente para el comercio a lo cual debería de considerarse el sustituir el termino de empresario por el de comerciante, que es más exacto y más cercano a la realidad económica y comercial.

En el Código de Comercio se utiliza el término de comerciante como se indica en el Artículo 2: "Son comerciantes quienes ejercen en nombre propio y con fines de lucro, cualesquiera actividades que se refieren a los siguiente:

1. La industria dirigida a la producción o transformación de bienes y a la prestación de servicios.
2. La intermediación en la circulación de bienes y a la prestación de servicios.
3. La banca, seguros y fianzas.
4. Los auxiliares de las anteriores."

De lo anterior expuesto, la figura del comerciante puede definirse como la persona física o jurídica que en nombre propio o por medio de otro ejerce profesionalmente una actividad económica, que va dirigida a la producción o a la mediación de bienes o de servicios para ofrecerlos al mercado. Es decir, es todo individuo que, teniendo capacidad legal para contratar, ejerce por cuenta propia actos de comercio haciendo de ello su profesión habitual.



En cuanto a la función económica y social de contratos comerciales, estos que son propios del tráfico mercantil, el hombre procura satisfacer todas sus necesidades materiales, científicas y de esparcimiento, recurriendo a las empresas productoras y distribuidoras de los bienes y servicios que se lanzan al mercado a dicho fin.

La contratación mercantil trata de satisfacer las necesidades, los lujos y hasta las vanidades humanas, en vista de que aparecen como insaciables, las que pueden dividirse en necesidades absolutas y relativas, siendo las primeras las que se experimentan sin importar la situación en que se encuentren los sujetos y las segundas son las que se experimentan solo si al satisfacerlas no encumbra y se hacen sentir superiores a los demás. La industria, la comercialización y la publicidad parten apuntando especialmente a la creación de las necesidades relativas y que parecen no tener límites.

“La importancia que estos contratos comerciales revisten para las empresas radica en el hecho de que, para cada una, encierra la previsión de la manera en que se desarrollará la relación económica y financiera y la del comportamiento y decisiones de su contraparte.”¹¹

Toda actividad económica tiene como destinatarios finales a los consumidores y usuarios, de modo que las normas que tutelan a quien celebra un contrato mercantil de consumo o uso con un empresario, lo obliga a adecuar su actuación a dicha normativa, de un modo directo o indirecto esto repercute en las relaciones contractuales que se

¹¹ *Ibid.* Pág. 36.



van sucediendo desde que el producto o servicio se lanza al mercado hasta que, en la misma forma originaria o con modificaciones llega a su destino final: el consumidor o usuario.

El contrato mercantil por su flexibilidad se ha convertido en una herramienta fundamental en el comercio, tanto nacional e internacional, este tipo de contrato se ha desarrollado conforme a la actividad propia del comerciante pues va desde un contrato de hospedaje hasta el de joint venture o de alianza estratégica como se desarrolla en la investigación presente.

Existen diversas definiciones que ilustran lo que es un contrato de manera general, es importante prescindir de una definición de contrato previo a focalizar el contrato mercantil.

Se puede tomar la siguiente como referencia: "Pacto o convenio entre partes que se obligan sobre materia o cosa determinada y a cuyo cumplimiento pueden ser compelidas. Hay contrato cuando dos o más personas se ponen de acuerdo sobre una declaración de voluntad común, destinada a reglar sus derechos."¹² En esta definición el autor da un enfoque general de lo que es el contrato, más cercano a lo que sería un contrato civil.

Así también en el ordenamiento jurídico de Guatemala en el Código Civil en el Artículo 1517 establece cuando hay contrato y regula que: "Hay contrato cuando dos o más

¹² Ossorio, Manuel. **Diccionario de ciencias jurídicas políticas y sociales.** Pág. 167.



personas convienen en crear modificar o extinguir una obligación.” Asimismo en la Ley de Mercado de Valores y Mercancías en el Artículo 2 literal c define al contrato de la siguiente manera: “Se entiende por contrato todo negocio jurídico de características uniformes por cuya virtud se crean, modifican, extinguen o transmiten obligaciones dentro del mercado bursátil.”

Claro está que esta última definición es más propia del mercado bursátil que de manera general, pero es una referencia que se puede tener en cuanto al objeto que persigue la realización de un contrato.

Como una definición de contrato mercantil se pueden tener presentes al momento de desarrollarla, la forma de interpretación y sus elementos, y partiendo de ello se puede decir que el contrato mercantil es la libre declaración de voluntades de las partes que siendo comerciantes ambas o una de las dos, crean modifican, transmiten o extinguen obligaciones, de manera escrito y sin mayor formalidad, obligaciones dentro de sus actividades mercantiles o propias a su giro comercial.

2.4. Aspectos generales relativos a los contratos mercantiles

En este sentido es necesario estudiar lo relativo a los factores que influyen en la creación de un contrato mercantil desde su objeto, elementos, características, especialidades y consecuencias económicas y jurídicas. Tanto desde un punto de vista doctrinario como legal.



Siendo el tema de elementos de los contratos, aunque sean mercantiles, es necesario referirse al cuerpo legal que regula lo relativo al tema, el Código Civil en el Artículo 1251 señala los elementos esenciales de todo contrato, no importando de que tipo, y señala que para existe validez legal deberán contener:

- a) Capacidad legal del sujeto que declara su voluntad.
- b) Consentimiento que no adolezca de vicio.
- c) Objeto lícito.

Estos elementos son aplicables al contrato mercantil indistintamente, en tal virtud, para que el sujeto que declara su voluntad pueda tener capacidad legal debe de haber adquirido la mayoría de edad el cual es de 18 años, así también se puede observar que los menores que han cumplido 14 años son capaces para algunos actos determinados por la ley, esto regulado en el Artículo 8 del Código Civil.

Para que el consentimiento no adolezca de vicio alguno debe estar libre de error, dolo, simulación o coacción, pues de esta manera se vulnera el principio de la autonomía de la voluntad garantizados por el Artículo 4 y 5 de la Constitución Política de la República de Guatemala; el contrato debe de contar con que el objeto del mismo sea lícito, es decir, que su elemento real no este de alguna manera penalizado por la ley, o que sea posible de realizarse por ambas partes, pues debe de reunir las condiciones de ser determinado, posible y lícito para su realización.



Para poder interpretar cualquier tipo de contrato mercantil el Código de Comercio de Guatemala en el Artículo 669 establece: “Las obligaciones y contratos mercantiles se interpretarán, ejecutarán y cumplirán de conformidad con los principios de verdad sabida y buena fe guardada, a manera de conservar y proteger las rectas y honorables intenciones y deseos de los contratantes, sin limitar con interpretación arbitraria sus efectos naturales.”

En tal virtud, que siempre se debe de partir de dos principios fundamentales, el de verdad sabida y buena fe guardada, que van a regir para las obligaciones mercantiles que de estos surjan, esto también sin tomar en cuenta que los contratos mercantiles deben interpretarse según los términos en que fueron hechos y redactados.

En doctrina se define la buena fe de esta forma: “convencimiento, en quien realiza un acto o hecho jurídico, de que este es verdadero, lícito y justo. El concepto tiene extraordinaria importancia en materia contractual y de derechos reales -propiedad, posesión y servidumbres-, así como también en materia de prescripción.”¹³ Siendo este principio uno de los bastiones sobre los que sustenta la contratación mercantil.

Se puede observar también de esta forma: “a) Hay que atender en primer lugar a los términos en que el contrato fue hecho y redactado; b) La prohibición de tergiversar el sentido recto, propio y usual de las palabras; y c) restringir los efectos que naturalmente se deriven del modo con que naturalmente se deriven del modo con que los

¹³ *Ibíd.* Pág. 92.



contratantes hubiesen explicado su voluntad.”¹⁴ Lo cual supone la aplicación del principio de buena fe como norma de interpretación y ejecución del contrato.

Cuando un contrato mercantil es celebrado presupone la existencia de una propuesta y una aceptación, que finaliza en la perfección del pacto, es decir, las partes que intervienen, comerciantes, tienen certeza de lo pactado y que ello debe cumplirse, en ese sentido, los contratos se perfeccionan por el simple consentimiento de las partes.

Sin embargo, existen contratos mediante formularios o pólizas, elaborados por una de las partes contratantes, en lo que podría surgir duda en la interpretación del contenido, pero en este caso los contratos se interpretarán en sentido menos favorable para quien haya preparado el formulario o póliza, esto regulado en los Artículos 672 y 273 del Código de Comercio de Guatemala.

Hablando sobre la forma, el derecho mercantil se fundamenta en principios y características que hacen particular esta rama del derecho, pues su flexibilidad y fluidez permiten realizar los contratos mercantiles de forma libre, documento privado, aunque existen excepciones, escritura pública, que hacen solemne su celebración, es decir que sin ese requisito el contrato no surte sus efectos jurídicos.

El Código de Comercio de Guatemala establece en el Artículo 671 lo siguiente: “Los contratos de comercio no están sujetos para su validez, a formalidades especiales.

¹⁴ Paz Álvarez, Roberto. **Negocio Jurídico mercantil: teoría elemental del derecho mercantil guatemalteco.** Pág. 35.



Cualquiera que sean la forma y el idioma en que se celebren, las partes quedarán obligadas de la manera y en los términos que aparezcan que quisieron obligarse. Los contratos celebrados en territorio guatemalteco y que hayan de surtir efectos en el mismo, se extenderán en el idioma español. Se exceptúan de esta disposición los contratos que, de acuerdo con la ley, requieran formas o solemnidades especiales.”

Lo anterior citado, señala varios aspectos, uno de ellos es la forma libre en que pueden redactarse todo tipo de contratos mercantiles, es decir, que pueden realizarse en documento privado por los comerciantes, así también el Código de Comercio de Guatemala regula contratos mercantiles que tienen la característica de solemne, y solamente pueden constar en escritura pública como lo es el contrato de constitución de sociedad, regulado en el Artículo 16 en el cual establece que dicho contrato se debe formalizar en escritura pública para su validez; asimismo el contrato de fideicomiso, también regulado en el mismo cuerpo legal, tiene el mismo carácter de solemne pues en el Artículo 771 establece que dicho contrato también debe constar en escritura pública, en síntesis, para todos los demás contratos el Código de Comercio de Guatemala establece que están libres de formalidades.

2.5. Principios rectores de los contratos mercantiles

El Código de Comercio de Guatemala en el Artículo 669, establece: “Las obligaciones y contratos mercantiles en general y establece que deberán interpretar, ejecutar y cumplir de conformidad con los principios de verdad sabida y buena fe guardada, a manera de conservar y proteger las rectas y honorables intenciones y deseos de los contratantes,



sin limitar con interpretación arbitraria sus efectos naturales.” La norma citada regula los principios filosóficos de la contratación mercantil.

La buena fe guardada consiste en el: “Convencimiento, en quien realiza un acto o hecho jurídico, de que éste es verdadero, lícito y justo. El concepto tiene extraordinaria importancia en materia contractual y de derechos reales -propiedad, posesión, servidumbres-, así como también en materia de prescripción.”¹⁵ Las partes están convencidas que se están cumpliendo con todos los requisitos legales en dicho contrato, aún sin que hayan corroborado tales extremos.

La aplicación del principio de buena fe como norma de interpretación y ejecución del contrato supone lo siguiente: “Las personas individuales o jurídicas, realizan sus actividades mercantiles de buena fe, en sus intenciones y deseos de negociar, esto porque es un requisito esencial de los contratos mercantiles que permite interpretar los actos de comercio, toda vez que en oportunidad será preferible atender a la intención de las partes contratantes a la sombra de la confianza que mutuamente se inspiran, que a la ley que por demasiado severa y.”¹⁶ De manera más objetiva el autor explica cuando un contrato se considera hecho de buena fe.

Cuando un contrato mercantil se celebra presupone la existencia de una propuesta y una aceptación, que finaliza en la perfección del pacto, es decir que las partes que intervienen, tienen la certeza de lo pactado y que ello debe cumplirse obligatoriamente.

¹⁵ **Ibíd.** Pág. 92.

¹⁶ Villegas Lara. **Op. Cit.** Pág. 44.



2.6. Clasificación de contratos mercantiles

La presente clasificación se realiza atendiendo a los contratos en general pero con atención a los contratos propios del derecho mercantil y a una clasificación económica que proporciona el estudio de dichos contratos, siendo los siguientes:

- a) Contratos de cambio, son los que procuran la circulación de la riqueza, ya sea dando un bien por otro o un bien a cambio de un servicio, en esta clasificación se encuentran: compraventa, suministro, contrato estimatorio y los propios de las operaciones de bolsa.
- b) Contratos de colaboración, tanto asociativa como simple, en los que una parte coopera con su actividad al desarrollo de la actividad económica de la otra, aquí se ubica, el contrato de sociedad, agencia, corretaje, edición, participación, *joint venture* y alianzas.
- c) Contratos de conservación o custodia, son aquellos que tienen por objeto la guarda de las mercancías a cambio de una remuneración, por ejemplo el de depósito irregular y depósito en los almacenes generales de depósito.
- d) Contratos de crédito, en estos al menos una parte concede crédito a la otra; entre ellos: apertura de crédito, descuento, cuenta corriente, reporto, carta de orden de crédito y crédito documentario.



- e) Contratos de prevención de riesgo, son en los que una parte cubre a la otra las consecuencias económicas de un determinado riesgo, por ejemplo el seguro y reaseguro.
- f) Contratos de garantía, en estos se aseguran el cumplimiento de las obligaciones contraídas por los comerciantes que intervienen, siendo estas la de fianza y reafianzamiento.
- g) Contratos típicos y atípicos, son aquellos que se encuentran regulados expresamente por la legislación del país en que se celebran y los contratos atípicos son aquellos que la norma jurídica no los regula, sin embargo, debido a la práctica nacional e internacional aceptada por el giro comercial en que se celebran, son válidos y subsisten en la vida jurídica.
- h) Contratos nominados e innominados; nominados, son aquellos que tienen una conceptualización clara y previamente establecida tanto por lo ley y la práctica comercial; y los contratos innominados, son aquellos que la práctica comercial realiza y que solo atienden al objeto o giro comercial en que se celebran pudiéndose nominar indistintamente siempre y cuando atiendan al objeto del contrato como tal.





CAPÍTULO III

3. El contrato atípico

Según el derecho romano, se afirma que: “los contratos atípicos e innominados, son aquellos que, carentes de una causa *obligandi* específica, se forman posteriormente -en la evolución del sistema-, a semejanza de la causa real nominada, requieren de la presencia de una causa *civilis* genérica para su eficacia obligatoria, y tienen no una *actio* propia, sino la general *prescriptibis verbis*.”¹⁷ Cabe aclarar que un contrato atípico no es sinónimo de contrato innominado, si bien, regularmente vienen aparejados, se puede dar el caso en que exista un contrato típico, pero innominado en la legislación.

3.1. Definición

Especial significado adquiere el problema de la causa en los negocios jurídicos atípicos, para poder comprender claramente su significado. El contrato atípico, como negocio jurídico que es, debe tener también una causa determinada, como en todo negocio jurídico hay que desentrañar cuál es el resultado esperado por las partes, el fin perseguido por ellos, el interés particular que desean regular, es decir, conocer la causa-motivo, definir la causa, haciendo clara referencia al motivo del acto o contrato.

A diferencia de los contratos típicos, donde la causa recibe un reconocimiento directo por la ley, en los contratos atípicos, ese reconocimiento es solo directo, por el

¹⁷ Garriguez, Joaquín. *Curso de derecho mercantil*. Pág. 123.



reconocimiento que en general se hace a la autonomía privada de las persona para obtener consecuencias en derecho, pudiendo estos establecer condiciones y cláusulas que tengan por convenientes, con las limitantes que el ordenamiento jurídico establece para ello, las partes dejan la causa en el contrato atípico y el negocio gozará de tutela a condición de que sea lícito.

Como negocio jurídico atípico, no es posible, para apreciar su causa, acudir a uno o varios esquemas legales, es necesario apreciarla en sí misma, incluso en los contratos atípicos que algunos tratadistas las clasifican como mixtos, ya que se relaciona con los contratos típicos, en los contratos llamados mixtos, es necesario admitir, que el propósito práctico buscado por los contratantes, supera el observado individualmente en los diferentes tipos mezclados, no puede por tanto existir una causa mixta, pues la causa de los tipos legales no puede extenderse caprichosamente a supuestos que le son ajenos a los comerciantes.

La determinación de la causa en el contrato atípico tiene un especial significado, fuera de establecer la licitud o no de uno de los elementos para la validez del mismo, se averigua si lo convenido tiene la fuerza propia para constituir un solo negocio o si por el contrario se trata de una simple mezcla de propósitos diferentes. Lo primero indicará la presencia de la atipicidad, es decir lo establecido, lo segundo, señalará por el contrario una regulación para ese negocio propia de los tipos en él involucrados, por otro lado, se sabrá cuál debe ser la jerarquía normativa adecuada para su disciplina y aplicación, y por tanto se optará o por la del contrato tipo o la correspondiente a la contratación atípica.



En síntesis el contrato atípico es aquel que no estando regulado en la ley, se da en la práctica comercial debido a su uso constante y beneficioso para el tráfico mercantil se acepta de manera local, inclusive global, y que constituye una obligación mercantil para los comerciantes participantes en el.

3.2. Legalidad del contrato atípico y su funcionalidad

En cuanto a este tema es necesario fundamentarnos en la doctrina, toda vez, que el derecho mercantil se encuentra fundamentado en principios muy característicos y propios a la actividad que regula dicha rama.

El Artículo 43 de la Constitución Política de la República de Guatemala, establece la libertad de industria, comercio y que, “se reconoce la libertad de industria, comercio y de trabajo, salvo las limitaciones que por motivos sociales o de interés nacional impongan las leyes.” Es decir, no solo se debe observar los principios del derecho mercantil, es necesario también que impere una norma que regule un marco jurídico para poder realizar dichos contratos.

Partiendo de este precepto constitucional, se debe tomar en cuenta las fuentes del derecho para que pueda realmente establecerse el marco jurídico legal de dichos contratos, y para ello en la Ley del Organismo Judicial, Decreto 2-89 del Congreso de la República de Guatemala el Artículo 2 establece que: “La única fuente de derecho es la ley, a falta de esta regirá la costumbre.” Y en lo que concierne al tema de legalidad de la utilización de contratos atípicos mercantiles ya se puede establecer un marco jurídico



legal que pueda dotar a estos acuerdos de legalidad para su celebración, de esta forma también se puede mencionar el aforismo latino *pacta sunt servanda*, que indica que las obligaciones emanadas de un contrato se consideran ley entre las partes.

Pero retomando el tema de los principios en que se fundamenta y nace el derecho mercantil que son los que también dan vida a la creación y validez de los contratos atípicos, se deben de mencionar que son estos la justificación principal para su validez, asimismo sus características, por ejemplo, su flexibilidad, la tendencia a ser internacional y en caso de duda la solución que mas favorezca al tráfico mercantil realizan un conjunto de justificaciones ante la actividad mercantil del comerciante y conlleva a la celebración de contratos que a nivel nacional e internacional ya se han utilizado y han sido válidos para los participantes en el.

En cuanto al tema de la funcionabilidad es obvio que esta deviene a la agilización del giro comercial de las personas que van a celebrar un contrato atípico, su poco formalismo representa un factor que para el comerciante resulta atractivo, pues se puede realizar en un documento privado sin mayor solemnidad como algunos contratos típicos.

La legalidad y la función operante del contrato atípico hoy en día es completamente imperante en la actividad mercantil, pues este se ha convertido en un instrumento eficiente y que garantiza al comerciante que su intención de lucro puede resguardarse al momento de realizar este tipo de contratos y que a pesar de su regulación en una norma jurídica tienen la validez y fuerza jurídica de aquel que se encuentra regulado.



3.3. Clases de contrato atípico

Atendiendo a un criterio puramente didáctico, se puede citar: “con la finalidad limitada de observar mejor la extensión de las dificultades que plantean, se pueden distinguir los contratos atípicos.”¹⁸ Aceptando la inutilidad desde el punto de vista de los efectos jurídicos derivados de una clasificación de atípicos, pero observando lo citado por el autor, se observarán las principales categorías que plantea la doctrina:

- a) Contratos típicos con prestaciones extrañas: Muchos contratos, regulados en la ley, contienen cláusulas que consagran prestaciones no reguladas en la ley, por ejemplo, en la venta con obligación de no ocurrencia; o venta con obligación de devolver los envases. Esta clase de contratos contiene elementos propios del tipo legal y elementos anómalos en sentido jurídico.
- b) Contratos externamente conexos: En el siguiente ejemplo se indica: como cuando se encuentran elaborados en un mismo documento, pero con respecto a relaciones jurídicas diversas. Dentro de un mismo contrato se encuentran varias relaciones jurídicas independientes, pero que comparten un nexo todas entre sí.
- c) Contratos conexos en su finalidad económica: Ejemplo de este tipo de contratos, es, la venta de ascensores, con un contrato de mantenimiento o el arrendamiento de local comercial o mobiliario y equipo, con la obligación de vender exclusivamente una determinada marca.

¹⁸ De Castro y Bravo, Federico. **El negocio jurídico**. Pág. 202.



d) Contratos de tipo doble o híbridos: En estos, las respectivas prestaciones corresponden a dos clases de negocios. Por ejemplo, como pintar por la comida, o vigilancia por vivienda.

e) Contrato mixto: Cuando se dan a la vez los propósitos propios de dos tipos de contrato, como cuando se vende y se dona, porque se está vendiendo por debajo del precio del costo.

Se fundamenta en la siguiente afirmación: “Esta clase de contratos está constituida por aquellas figuras cuyos elementos son todos conocidos -elementos legales-, dispuestos sin embargo, en combinaciones diferentes de las que pueden ser apreciadas en los contratos típicos y que han sido tomadas de más de un tipo de contrato. Estos elementos pueden encontrarse en relación de coordinación o de subordinación.”¹⁹ Aquí no se refiere al contrato en el que participa un comerciante y una persona civil.

d) Contrato atípico puro: El contenido de estos contratos es completamente extraño a los tipos regulados por el ordenamiento jurídico.

3.4. Contratos atípicos en otros países

Este tema en particular es una muestra del por qué de la utilización de los contratos atípicos.

¹⁹ *Ibíd.* Pág. 206.



En Guatemala se encuentra regulados varios contratos comerciales en distintos cuerpos legales, tanto en el Código de Comercio como en otras leyes creadas con posterioridad al citado cuerpo legal pero la materia mercantil es tan flexible que tiende a internacionalizarse a tal grado que acepta la contratación de distintos países para negocios jurídicos mercantiles relacionados con Guatemala.

En los últimos años se ha desarrollado en el derecho de los negocios, una figura vinculada a una moderna forma de distribución comercial. Se trata del *franchising*, que si bien reconoce antecedentes en el Siglo XIX, tras la guerra civil de los Estados Unidos, recién toma auge en un contexto muy diferente en la década de 1950. Sin embargo, el *franchising*, o franquicia comercial, no es un fenómeno exclusivamente norteamericano, ya que su desarrollo ha trascendido las fronteras, reproduciéndose con igual fuerza en toda Europa en la medida en que muchas de las sociedades internacionales lo utilizan a escala mundial. América latina también lo ha receptado y su introducción, bajo diversos nombres, ha merecido la atención de estudiosos y legisladores, sin que hasta el presente se haya concretado en normas específicas.

En la República de Guatemala, la franquicia comercial es una realidad, particularmente en el rubro de los negocios de prestación de servicios como lo es el de las comidas rápidas. Nombres como McDonald's o Pizza Hut se han vuelto tan populares como el de la franquicia comercial de bebidas gaseosas Coca Cola que en Guatemala está a cargo de Embotelladora Central, Sociedad Anónima, y todos operando según el modelo de franquicia comercial, así como concesionarios de las grandes marcas de combustibles.



Los *joint ventures* tuvieron su origen en los Estados Unidos, en el derecho de Estados Unidos, la *partnership* es prevista para una actividad general, luego, hacia fines del Siglo XIX, la jurisprudencia comenzó a referirse a *limited partnership* o *partnership para un único proyecto* y, después, a utilizar las expresiones *joint ventures* y más modernamente *joint venture*.

Cabe resaltar que los contratos atípicos van tomando relevancia, con mayor énfasis en la contratación comercial, financiera y jurídica, como consecuencia de las relaciones económicas comerciales en el mundo globalizado y debido al proceso de inserción que viene teniendo el Guatemala y especialmente en otros países.

Estos contratos se denominan atípicos por no estar legislados en el ordenamiento jurídico aunque se han ido incorporando de manera aún limitada por los principios de la verdad sabida y la buena fe que tienen las relaciones contractuales regidas por las reglas de autonomía de la voluntad que las partes contratantes implementan para enfrentar y mejorar su productividad y competitividad, en el caso de las empresas.

Esta nueva civilización contractual ha consagrado el principio general de la libre competencia y, paulatinamente, ha ido suprimiendo las regulaciones que coartaban una de las manifestaciones más características de la autonomía de la voluntad, que es la libertad contractual, ocasionando con ello la multiplicación de los contratos atípicos que, del campo estricto del intercambio de bienes o servicios, poco a poco han ido trasladando el centro del sistema económico y de la contratación al campo de la prestación de los servicios.



Es allí donde surge y se desarrollan los diferentes contratos. En su mayoría, los contratos que tienen por objeto bienes intelectuales constituyen, regularmente, contratos innominados o atípicos; sin embargo, como todo contrato, están regidos por los principios generales que rigen en materia contractual.

En esa orientación, uno de estos principios generales que rigen los contratos es el principio de autonomía de la voluntad. Este principio reviste gran relevancia dentro de la teoría general de los contratos y, en materia de contratos de propiedad intelectual su importancia es claramente perceptible, ya que una de las consecuencias más importantes de este principio consiste en la posibilidad de que los particulares celebren acuerdos de cualquier tipo, aunque no estén expresamente reglamentados en el Código Mercantil; es así como sirve de fundamento para la existencia de los contratos innominados o atípicos, como los contratos de transferencia de tecnología o los contratos de franquicia.

El importante hacer ver, que el principio de la autonomía de la voluntad no se reduce únicamente a permitir la celebración de contratos no tipificados en la legislación mercantil guatemalteca, sino que sus efectos se extienden hasta la libertad que tienen los particulares para la determinación del contenido de los contratos, es decir, la libertad para el establecimiento de las obligaciones y derechos que de estos derivan, es ese sentido en el que revisten mayor relevancia las limitaciones que se establecen al principio de autonomía de la voluntad, pues las mismas están referidas más al contenido de las obligaciones contractuales que a la tipología del contrato que les da nacimiento.



Los contratos innominados han sido extensamente tratados por la doctrina y la jurisprudencia internacional y nacional; inclusive un sector de la doctrina da una definición negativa de los contratos innominados sosteniendo que, aunque están mencionados en la ley, dichos contratos están desprovistos de una normativa específica, a menos que la mención del contrato se haga por ley; en tal caso se pueden incluir estos contratos por uso de remisión de la disciplina jurídica aplicable, de tal manera, se puede decir que los contratos atípicos han seguido desarrollándose fundamentalmente por lo siguiente:

- a) La influencia del derecho anglosajón con nuevas formas de contratación que, por su sentido práctico y eficaz, se introducen primero en Europa y posteriormente en América Latina.
- b) Los avances tecnológicos que exigen nuevos usos.
- c) El fenómeno del comercio exterior y la globalización.
- d) Los intercambios entre Estados que se vieron obligados a aceptar nuevas formas de relaciones económicas poco utilizadas en el ámbito nacional.
- e) El desarrollo de las sociedades mercantiles con las exigencias que ello reporta: programación a larga distancia, contratos para intercambio o compra de tecnología, utilización de patentes y los vacíos que tiene nuestro sistema jurídico civil respecto a estos contratos.

CAPÍTULO IV



4. El contrato management

El contrato de management es, hoy en día, ampliamente utilizado por las empresas modernas, no obstante que haya sido, y lo sigue siendo, desatendido por el derecho debido a su peculiar naturaleza que lo muestra como una figura más económica, corporativa, organizativa y/o administrativa que jurídica.

4.1. Etimología

“La palabra management proviene del verbo manage que, a su vez, fue tomado de la voz italiana maneggiare –manejar- y el mismo que proviene del latín *manus* –mano-. Lo anterior, en combinación con los términos francófonos mesnagement o ménagement, influenció en el desarrollo del vocablo inglés management durante los siglos XVII y XVIII, el cual desde ya se diferencia de los contratos de mandato, gestión de negocios y locación de servicios, puesto que el contrato de management alude al poder de administrar una empresa, el que supone labores de liderazgo con atribuciones de control.”²⁰

En Estados Unidos y aquellos países que sostienen negociaciones comerciales con dicho país tales como China, Japón e India, el contrato tiene la nomenclatura de management agreement o management contract, utilizándose la primera expresión para

²⁰ Echaiz Moreno, Daniel. **Derecho y cambio social**. Pág. 1.



la celebración del contrato, mientras que la segunda en el tratamiento teórico del mismo, sin que medie -como es usual en el Common Law- ley alguna sobre la materia.

La denominación más extendida es contrato de management, nombre utilizado originariamente en Italia y Francia. También se le conoce como contrato de gestión en países como Perú y España cuando se refiere a la contratación pública, confundiéndolo a veces con el contrato de concesión que ambos países contemplan en sus legislaciones de administración pública, sin que ello suprima la posibilidad que, en algún momento, dichas legislaciones regulen al contrato de management mediante el cual deleguen la administración de toda una entidad estatal a una empresa privada, que incluya la correspondiente fiscalización, a la usanza del concejo de vigilancia europeo.

En su traducción al español algunos autores lo entienden como un contrato de administración o contrato de gestión administrativa o gerencial, donde una parte es una persona especializada en la asistencia de gerencia que tiene las facultades necesarias para administrar los negocios de otra persona.

El management básicamente radica en una prestación de servicios externos que un especialista realiza en favor de determinado cliente, quien puede ser una empresa mercantil propiedad de un comerciante individual o una sociedad mercantil interesada en contratar los servicios de un especialista en administración o dirección de empresas, proyectos, sociedades o negocio en general, este es en esencia un contrato empresarial de organización corporativa que procura delegar la gestión del negocio en su totalidad.



4.2. Antecedentes

La expresión management en el vocablo norteamericano significa administración, gerencia, gestión, y es una expresión comercial que ha adquirido gran difusión en los Estados Unidos y en los países de la Comunidad Europea.

Como teoría de la administración de negocios, el management comienza a vislumbrarse a finales del Siglo XIX, cuando se humaniza la era postindustrial, indicando que el management es: "El arte de hacer las cosas a través de las personas"²¹, este concepto se complementa con los cinco elementos siguientes: planificación, organización, dirección, coordinación y control.

La anterior postulación junto a los elementos mencionados, nacidos en los predios de la administración de empresas, permiten que, posteriormente y en sede jurídica, se construya el contrato de management, donde el gerenciado busca al gerenciente por sus cualidades de administrador -siendo así un contrato personalista o *intuito personae*, comprendiendo dentro de sus cláusulas contractuales la delegación, por parte del gerenciado a favor del gerenciente, de los cinco elementos expuestos.

Además se despliega su penetrante concepción de cuáles son los fundamentos de la descentralización y la responsabilidad, de la promoción de los trabajadores y directivos, del diseño de los puestos de trabajo, del papel del beneficio y de la dirección por objetivos, clausurando así la justificación de la existencia del contrato de management o

²¹ *Ibíd.* Pág. 3.



management agreement sobre los demás contratos empresariales del common law debido a que: “es importante descentralizar las actividades de administración de la empresa, criterio que también abre paso al contrato de outsourcing: en ambos casos se delegan parte de las actividades de la empresa, con la diferencia que en el contrato de outsourcing se trata de actividades que no constituyen el core business, mientras que el contrato de management versa sobre actividades de administración de dicho core business.”²² Como se puede ver el contrato de *management* es más adecuado para la dirección de una empresa, mientras que el contrato de outsourcing se utiliza a la hora de delegar funciones.

4.3. Definición

En el sistema anglosajón al término management suele adicionarse la palabra agreement que significa acuerdo o convenio, debiendo considerar que todos los agreements integran el contract law, sustentado íntegramente en la voluntad de las partes. El management es el contrato por medio del cual una parte -empresa proveedora de personal- responde al pedido de suministro de personal jerárquico idóneo, de otra parte -empresa usuaria-, a cambio de un precio en relación con el servicio comprometido.

Dicho de otro modo es aquel contrato por el cual la empresa gerenciada otorga a la empresa gerenciante las facultades de planeamiento, organización, dirección, coordinación y control de su actividad empresarial, en consideración al expertise y la

²² *Ibíd.* Pág. 3.



reputación de esta última en dicha actividad empresarial, a cambio de una retribución o una comisión -porcentaje mensual o anual sobre la facturación o las utilidades-.

“No obstante, el contrato de management no tiene por qué darse únicamente en los supuestos de grupos societarios, sino que es posible que una sociedad especializada en este tipo de actividad preste sus servicios a otra u otras, en todas las áreas de la administración o en algunas de ellas.”²³

Existe una neta diferenciación entre contrato de asistencia gerencial y contrato de management propiamente dicho: “El primero tiene por objeto la consultoría en materia de gestión comercial y puede, en consecuencia, ser asimilado al contrato de locación de obra o de servicio profesional. El segundo regula los derechos y obligaciones derivados de la asunción por parte de la sociedad de management de un poder de conducción de la empresa y se configura, por tanto, como un verdadero contrato de gestión.”²⁴

De lo anterior expuesto, los contratos de administración, en sentido propio, se distinguen de la asistencia gerencial en cuanto en estos un tercero participa en determinados aspectos técnicos de la administración, en tanto que los contratos de management, se caracterizan por la fuerza vinculante que la sociedad de management pretende tener sobre la actuación de los órganos de administración de la sociedad comitente y de sus integrantes en cuanto tales.

²³ Farina. **Op. Cit.** Pág. 711.

²⁴ **Ibíd.** Pág. 714.



Y partiendo de estos puntos de vista doctrinarios de estudiosos de derecho que la definición de management se realiza para la presente investigación, tomando en cuenta su etimología, características, denominaciones y función que realiza este contrato en la vida empresarial o corporativa, dependiendo en que ámbito se celebre.

4.4. Características principales

Las características principales del contrato *management* son las siguientes:

- a) Es un contrato nominado. *Su nomen juris* más utilizado es contrato de management, aunque en Argentina también se le denomina contrato de gerenciamiento o contrato participativo de inversión y desarrollo y en algunos otros países se le conoce como contrato de gestión o contrato de gerencia.
- b) Es un contrato atípico: No se encuentra regulado en la legislación de Guatemala, pudiendo celebrarse por la manifestación de voluntad de los contratantes, gracias al principio de libertad contractual y autonomía de la voluntad que opera en dicho contrato mercantil atípico.
- c) Es un contrato de organización: Más que un contrato de colaboración empresarial, como suele decirse comúnmente, se trata de un contrato de organización porque la prestación principal de la empresa gerenciente implica la libertad en las facultades de gestión -planeamiento, organización, dirección, coordinación y control- de la empresa gerenciada.



- d) Es un contrato de duración: Las prestaciones no se ejecutan instantáneamente sino que se extienden en el tiempo (tracto sucesivo) para cumplir las actividades de gestión.
- e) Es un contrato de resultados: La empresa gerenciente suele estar obligada a conseguir resultados de éxito a los que se comprometió en el contrato.
- f) Es un contrato principal: Su autonomía revela más bien que suele venir acompañado de otros contratos –accesorios- como licencia de uso de marca, ranchising o know-how que la empresa gerenciente celebra a favor de la empresa gerenciada, es decir que es el contrato principal y los contratos que lo acompañen serían los contratos accesorios.
- g) Es un contrato consensual: En tanto se trata de un contrato atípico no existe una forma prevista en la legislación y, menos aún, una solemnidad, por lo que basta el acuerdo de voluntades.
- h) Es un contrato con prestaciones recíprocas: Tanto la empresa gerenciente como la gerenciada deberán cumplir, cada cual, con sus prestaciones a favor de la otra, tal como se pactó.

Las características planteadas con anterioridad, son propias del contrato de management, toda vez, que este tipo de contrato se encuentra, según estudiosos de la materia de economía y corporaciones, en la clasificación de asistencia administrativa.



4.5. Habilidades esenciales para el desempeño del management

Una habilidad es la capacidad para traducir el conocimiento en una acción que dé lugar al desempeño deseado. Las habilidades fundamentales de los management pueden clasificarse en tres categorías: técnicas, humanas y conceptuales, no obstante, su importancia relativa tiende a variar según el nivel de responsabilidad administrativa.

Una habilidad técnica es la capacidad de usar un conocimiento o destreza especial para realizar tareas específicas. Estas habilidades se adquieren en un inicio mediante la educación formal y se van desarrollan posteriormente por medio de capacitaciones o talleres y la experiencia laboral, la figura anterior muestra que las habilidades técnicas son más importantes cuando se inicia el ejercicio profesional, que es donde se desarrollan.

La capacidad para trabajar bien en colaboración con otras personas es una habilidad humana. En el lugar de trabajo se manifiesta como espíritu de confianza, entusiasmo y compromiso genuino en las relaciones interpersonales, un administrador con buenas habilidades humanas tendrá un alto grado conocimiento de sí mismo y la capacidad para emprender o mostrar empatía con sentimientos de otras de personas, así mismo tendrá la capacidad de influir positivamente en el resto del equipo que está bajo su cargo.

La habilidad para pensar analíticamente y en forma crítica es una habilidad conceptual. Implica la capacidad para descomponer los problemas en sus partes más pequeñas,



para ver las relaciones que existen entre ellas, y reconocer las implicaciones de cualquier problema en otras personas; conforme las personas asumen responsabilidades más grandes dentro de las organizaciones, deberán enfrentar problemas más ambiguos con muchas complicaciones y consecuencias a largo plazo.

4.6. Niveles y tipos de management

En las sociedades mercantiles, los niveles management superiores están relacionados con los títulos de gerente o gerente general, director o administrador general, presidente y vicepresidente, o consejo de administración. Estos altos ejecutivos son responsables directos del desempeño de una organización en su conjunto o de una de sus partes principales.

Ellos deben prestar atención especial al ambiente externo de la organización, estar alerta a los problemas y oportunidades potenciales que sucedan o puedan ocurrir a largo plazo y desarrollar las estrategias adecuadas para enfrentarlos de la mejor manera. Crean y comunican una visión a largo plazo y se aseguran de que las estrategias y objetivos sean congruentes con el propósito y la misión de las mismas.

El siguiente nivel management lo conforman los gerentes medios, que están a cargo de departamentos, secciones o divisiones relativamente grandes que a su vez están conformadas por unidades de trabajo más pequeñas dentro de una empresa o sociedad, como ejemplo, se pueden mencionar los gerentes de división, gerentes de



planta y gerentes de ventas regionales en los negocios. Los gerentes medios trabajan con los altos ejecutivos y junto con sus colegas desarrollan e implementan planes de acción para lograr los objetivos organizacionales, los títulos laborales para estos management o administradores de primera línea varían enormemente, pero incluyen designaciones tales como jefe de departamento, líder de grupo y gerente de unidad.

Se indica que existen otros niveles de management, las más importantes son los siguientes:

- “1. Los management medios: Supervisan el trabajo de grandes departamentos o divisiones de una organización y deben coordinar el trabajar con los altos ejecutivos.
2. Los management líderes de equipo o supervisores: Son responsables ante los gerentes medios y supervisan directamente las operaciones de los trabajadores que no ocupan cargos administrativos.
3. Los management supervisores de línea: Contribuyen directamente a la producción de bienes o servicios básicos de la empresa.
4. Los management de nivel staff: Emplean sus aptitudes técnicas especiales para asesorar y respaldar a los trabajadores de línea.
5. Los management funcionales: Son responsables de una sola área de actividad, tal como contabilidad, producción, personal, o ventas.



6. Los management generales: Son responsables de actividades complejas que comprenden muchas áreas funcionales.²⁵ Además de servir en los diferentes niveles de autoridad y desarrollar el proceso de organización, los management tienen distintas responsabilidades dentro de las organizaciones o empresas, por ejemplo los supervisores de línea son responsables de todas las actividades de trabajo que contribuyen directamente a la producción total.

El presidente, el gerente de ventas al menudeo y los supervisores de departamento de un supermercado local tienen todas las responsabilidades de línea, su trabajo de una forma u otra forma está directamente relacionado con las operaciones de ventas del negocio.

En contraste, los management a nivel staff emplean sus aptitudes técnicas especiales y experiencia para asesorar y respaldar los esfuerzos de los trabajadores de línea, en una tienda departamental o supermercado, el director de recursos humanos y el director de finanzas tendrán responsabilidades de staff, los cuales pueden ser de producción, control de calidad, ventas o investigación de mercado.

En los negocios, los gerentes funcionales tienen bajo su responsabilidad una sola área de actividad, como finanzas, mercadotecnia, asesoría, multimedia, logística, ejecución, desarrollo, producción, recursos humanos, contabilidad o ventas. Los management generales son responsables de actividades que comprenden muchas áreas funcionales. Un ejemplo lo constituye un management de planta que supervisa muchas funciones

²⁵ Schermerhorn, John R. **Administración**. Pág. 14.



separadas, incluyendo compras, fabricación, almacén, ventas, recursos humanos y contabilidad.

4.7. Ventajas del contrato management en una empresa

El contrato de management genera beneficios para la empresa gerenciente y la empresa gerenciada, tales como los siguientes:

- a) Mejoras significativas en el core business: En el contrato de management, a diferencia del contrato de outsourcing, no se delegan las actividades accesorias al objeto de la empresa, sino por el contrario se delega precisamente la actividad central que constituye el objeto de la empresa -el core business-, bajo la consideración que la empresa gerenciente tiene mayor expertise en esa actividad empresarial.
- b) Transferencia del riesgo: Con la delegación de la administración, la empresa gerenciada también transfiere el riesgo a la empresa gerenciente, la cual asumirá el costo que conllevaría la pérdida del negocio, es decir que la empresa gerenciada se desliga de los riesgos.
- c) Transparencia en la organización empresarial: La empresa gerenciente se preocupará en difundir información periódica no sólo a la empresa gerenciada, sino al mercado en general, respecto a su labor de gerenciamiento, en tanto integre su Código de Gobierno Corporativo.



d) Mayor presencia en el mercado: Debido al mayor expertise y know-how de la empresa gerenciente, la empresa gerenciada revelará al mercado el contrato de management que ha celebrado con aquella, lo que redundará en su beneficio al conseguir una mayor presencia en dicho mercado -efecto reflejo por explotación de reputación ajena-.

e) Marketing empresarial: La empresa gerenciada gozará de la campaña publicitaria promovida por la empresa gerenciente y esta lo hará porque con dicha campaña tendrá mayores posibilidades de éxito en su labor.

En síntesis, se puede señalar que el crecimiento corporativo es realmente la característica en donde el management concretizará los beneficios que proporciona su celebración, aumentando con ello la competitividad de empresas o sociedades dedicadas al mismo giro comercial de aquella que invirtió para poder ser gerenciada.

4.8. Clases o modalidades del contrato management

El contrato management puede presentar distintas modalidades debido al campo en que se aplicará, pues este es en cierto tipo un contrato en el que puede confiarse en distintos giros comerciales, inclusive en la administración pública, estas clases o modalidades pueden ser:

a) El management de gestión hotelera: también conocido como management hotelero, es un contrato que goza de difusión mundial debido al crecimiento de la industria



turística, presentando dos notas características que lo distancian de la versión original de la figura contractual examinada: la primera, que la empresa gerenciente asume la propiedad de algún activo de la empresa gerenciada -generalmente, la edificación o el terreno- y, la segunda, que la empresa gerenciente cuenta con algún porcentaje de participación en el capital de la empresa gerenciada, convirtiéndose aquélla en matriz de esta.

En este sentido en Guatemala es muy importante la aplicación de este contrato en la gestión hotelera pues el turismo representa en gran parte crecimiento económico para el país, no solo crecimiento económico, sino también la creación de empleos para los habitantes de la República.

En este campo o giro comercial el Ministerio de Economía puede centrarse en la primera fase de capacitación y concientización de la aplicación del management en la administración privada, con el objeto de fomentar la competitividad y ofrecer al turismo una eficiente y eficaz atención.

- b) El management de gestión pública: Comúnmente utilizado en Estados Unidos de América, concretamente en el estado de Washington, el contrato de management de gestión pública tiene por finalidad encargar a la empresa privada todas las facultades de administración de determinada área de gestión pública, como un hospital o una red de hospitales, pero nunca delega facultades de la administración gubernamental, esto con el fin de evitar que las instituciones que precisen del management de gestión pública, a efecto que no caigan en una forma de privatización indirecta.



En Guatemala no se tiene esta perspectiva en cuanto delegar la función administrativa de ciertas entidades que prestan un servicio público, sino todo lo contrario, los entes administrativos suelen ser centralizados en su mayoría.

- c) El management deportivo: es el contrato de management por el cual se designa a una persona *-manager-* para que represente a un jugador, por cierto, cabe mencionar que, en Suiza, el management es considerado una mixtura de los contratos de mandato y agencia, según el Artículo 418 de su Code des Obligations concordado con el Artículo 404 del mismo texto legal. Por el contrario, se avocará seguidamente al contrato de management de la empresa deportiva.

El management deportivo se inició en los países nórdicos, donde se encarga la administración de la empresa deportiva a una empresa experta fundamentalmente en gestión estratégica, delegándosele los controles en cuanto a la administración empresarial se refiere, dejando de lado la actividad meramente deportiva que se mantiene en manos de los miembros del club deportivo. Este contrato arribó a América del Sur a través de clubes de fútbol como el Racing, con la particularidad que, en este caso, el management ha sido dispuesto por el juez concursal.

Se encuentra que: "Los planes de gerenciamiento, proyectados o ya aprobados, van desde la gestión del fútbol profesional, con la cesión a la entidad gerenciante -persona jurídica por lo general, representativa de un grupo financiero- del manejo de toda esa actividad, incluyendo los llamados derechos federativos -en rigor, patrimoniales- sobre los jugadores y la explotación del merchandising, hasta una simple concesión de la



imagen del club con fines comerciales.”²⁶ Esta forma de management ofrece una salida para la crítica situación financiera por la que atraviesa la mayoría de los clubes de fútbol, muchos de los cuales han llegado al actual estado de insolvencia, concurso preventivo o de quiebra.

Una vez visto una serie de campos comerciales en donde el management puede aplicarse, se presenta una facilidad en cuanto a su forma de utilización en ciertos campos, ya siendo el management hotelero, público o el deportivo, pues en Guatemala se tiene la idea que toda forma de administración en una organización debe ser un puesto laboral, esto específicamente es lo que al sector privado le preocupa pues dichos puestos administrativos son ocupados muchas veces por personas que han ascendido y demostrado su eficiencia dentro de la organización, que si bien el management no representa un flagelo para la superación laboral, este contrato puede optimizar recursos, humanos y económicos, y dotar de garantía a la organización de que se trate.

4.9. Prestación de servicios de management

Existen dos enfoques para definir un contrato de servicios, el primero en sentido amplio considera que es un tipo general que sirve para denominar ampliamente la prestación de ciertos servicios; es decir que es una forma general de contrato. Básicamente, se caracteriza porque la índole y tonalidad del trabajo que se debe realizar, se determinan

²⁶ *Ibíd.* Pág. 44.



en términos generales únicamente y se especificarán al principio de cada periodo abarcado por el contrato.

Por ejemplo, el cliente puede utilizar los servicios de un administrador de empresas o economista durante 15 días en la primera quincena de cada mes para examinar conjuntamente la situación general de la empresa, los problemas y oportunidades que han surgido durante el mes anterior y las decisiones que se deben adoptar.

En sentido estricto, la prestación de servicios profesionales puede estar debidamente detallada en cuanto a la obra o servicio a realizar como proyectos o eventos empresariales. No obstante, el contrato de servicios continúa siendo un tipo general para establecer un vínculo económico y jurídico entre el profesional y el cliente que requiere de sus servicios.

En todo caso puede decirse que los servicios profesionales abarcan una amplia gama de actividades, pero el management al ser específico y con competencias claramente definidas debe entenderse en función de su especialidad como un contrato de prestación de servicios externos de administración empresarial.

En tal virtud, la prestación de servicios de management incluye la realización de actividades administrativas o gerenciales y toma de decisiones por parte de un especialista en determinadas áreas y cuenta con la experiencia necesaria para el caso, la prestación del servicio está a cargo de una persona calificada como profesional o técnico experto comúnmente denominada management, dicho profesional que presta el



servicio puede hacerlo en forma independiente, es decir, como administrador o director de empresas, proyectos, negocios en relación de dependencia entre el cliente y su persona.

Otro de los puntos importantes a considerar es la organización de una empresa, que a su vez es parte de la administración que involucra el management y comprende el establecimiento de una estructura intencional de roles para las personas de una empresa. Es intencional en el sentido que se han asignado todas las tareas necesarias para lograr los objetivos y se espera que se asignen a las personas más idóneas para puedan realizarla las tareas asignadas o roles de la mejor manera posible. De esta forma la estructura de la organización no solo se vuelve más eficiente, sino ayuda a crear un ambiente para el desempeño humano, siendo una herramienta y no un fin en sí mismo.

Si bien la estructura debe definir y cubrir las tareas que han de realizarse, las funciones así establecidas, se deben diseñar a la luz de las habilidades y motivos de las personas disponibles, esto también implica que no tiene por qué existir ninguna relación de subordinación, mando o dirección entre cliente y management, debido a que el profesional con base a sus conocimientos y experiencia gerencial presta los servicios tomando la dirección y control de determinadas actividades o en algunos casos de todas las actividades, y no requiere de instrucciones u órdenes del cliente, sino es el management quien planifica, coordina, ejecuta y controla las actividades para las cuales fue contratado.

CAPÍTULO V



5. La necesidad de implementar la contratación en Guatemala en el sector privado por medio del management

La presente investigación va encaminada y focalizada al hecho de que el Estado por parte del Ministerio de Finanzas Públicas fomente el uso del contrato management con el objetivo de formar y alentar a una competitividad más clara en el sector privado en cuanto a su administración, no importando el sector o giro comercial de la organización, aunque cabe señalar que en cuanto al turismo el comercio puede proveer de mejores resultados, no solo para el empresario sino para el desarrollo económico del país.

5.1. Concientización al sector privado para la implementación del contrato management

Concientizar significa, crear una perspectiva flexible relacionada a un tema en específico, así como crear conciencia sobre la existencia de algo que hasta ahora desconocen, en este caso el uso del contrato management dentro del sector privado.

Pero concientizar es solo una palabra escueta para poder reflejar lo que en verdad en la presente investigación se pretende formular, pues crear una perspectiva flexible no es suficiente, deben de llevarse a cabo procedimientos compuestos de fases, con específicas funciones de cada sector que se dedicará a este proyecto.



Concientizar al sector privado de la forma de celebrar, ejecutar, dirigir y ejercer un control con la aplicación del management en la administración de cada organización no importando el giro comercial representa un reto para quien se proponga crear tal ambiente frente al empresario, este ha creado puestos de administración, regularmente, por experiencia del trabajador dentro de la empresa, empero frente a esa experiencia se debe tener presente el expertise de la persona encargada de un management.

Para poder crear conciencia de cómo y del porqué de la utilización del management en su administración se deben atender factores de aprendizaje teórico del tema, management, por ejemplo, capacitar de cómo crear contratos management que cumplan y garanticen el eficaz funcionamiento contractual del gerenciente.

La teoría respecto al management debe de ser proporcionada por el Ministerio de Economía al inicio del proyecto de concientización para la utilización del management por el sector privado.

Presentar ante el empresario un tema en el cual la experiencia ha sido un factor imprescindible para su administración se vuelve un reto, pero no un obstáculo pues de ahí es de que también se puede aprovechar, si bien es cierto la administración privada regularmente suele realizarse por personas que dentro de la empresa han ascendido a puestos de administración, es importante señalar que el gerenciente es una persona que por su pericia en el campo de administrar suele tener más eficacia en el puesto pues este ha recibido no solo capacitación en cuanto al tema propio de la empresa, o su core bussines, sino en el tema de optimizar el recurso humano, material y económico.



Entonces en el tema de concientización es necesario incluir como primer paso a la teoría del contrato management y su forma de ejecución; como segundo paso dentro del proyecto de concientización es importante señalar que la doctrina es imprescindible para cualquier tema, pero es necesario que también este acompañado de práctica, ya sea, referido al tema de management, nacional o internacional.

La importancia de la práctica precisa en garantiza el uso continuado de este contrato ante el empresario y formula una certeza y formalidad en su ejecución, la práctica para el empresario representa en muchas ocasiones una recurso de experiencia, aunque para el contrato management lo correcto sea, como se mencionó anteriormente, el expertise; la práctica solo puede ser demostrada y presentada por personas que han sido gerenciantes, su labor en una empresa en específico y la forma en que se optimiza por parte de este los recursos humanos, materiales y económicos.

Otro factor importante a tomar en cuenta para poder presentar un proyecto con el objeto de recomendar la utilización del contrato de management en el sector privado, es el modelo de una empresa cuya administración ha sido contractual; es importante señalar los factores que pueden llevar a una concientización plena con el fin de que este utilice el management en su administración, siendo estas las siguientes:

- a) Capacitación, esto partiendo desde una parte teórica.
- b) Presentación de la práctica, deberá de ser impartido por personas con experiencia en el tema, gerentes que han participado en management, sea nacional e internacional.



c) Modelos de management.

5.2. Ventajas de implementar el contrato management en el sector privado

Las principales ventajas que presenta el management en cualquier organización son:

- a) Mejoras significativas en el core business.
- b) Transferencia del riesgo.
- c) Transparencia en la organización empresarial.
- d) Mayor presencia en el mercado.
- e) Marketing empresarial.

Señaladas las ventajas generales del management es necesario también señalar qué tipo de beneficios conlleva implementar el management en el sector privado. El sector privado se caracteriza porque, siendo un comerciante social tiene como único objetivo el lucro, beneficios pecuniarios, utilidades y ventajas económicas para los socios. El contrato management para el sector privado representa:

- a) Exclusión del pasivo laboral. No con esto el Estado fomenta la disminución o inobserva el derecho laboral o prestaciones respectivas, sino todo lo contrario,



ofrece al trabajador una forma de crecimiento profesional y capacitación en administración para aplicar a gerenciente, pero para el comerciante social, es decir, la organización en sí, este beneficio consiste en que debido a que el management es un contrato mercantil, las obligaciones del empresario se limitan exclusivamente a las estipuladas en las cláusulas del contrato, generando por ende que el pasivo laboral sobre cargue el presupuesto de la organización.

- b) Garantía en la eficaz administración. Este tipo de contrato cuenta con características que hacen del desarrollo del mismo un proceso garantizado desde su inicio hasta su ejecución, pues puede estar supedito a una fianza o cláusula compromisoria en donde pueden estipularse variables de objetivos señalando plazo y resultados a esperar, haciendo del contrato un acuerdo con resultados propuestos.
- c) Reducción de gastos. El contrato management esta formulado con el objeto de optimizar recursos dentro de una organización, destinados a crear una administración eficiente, pero el optimizar recursos no significa aumento de estos, sino todo lo contrario, el gerenciente deberá de fomentar dentro de la organización la reducción de gastos en recursos innecesarios o abundantes para un eficiente funcionamiento de la misma.
- d) Competitividad. Esta es definida como la rivalidad para la consecución de un fin, esto dentro del ámbito empresarial representa un desarrollo del giro comercial, toda vez, que si la organización ya se considera rival de otra entidad cuyo reconocimiento es grande, entonces ayuda a ampliar el mercado del comerciante social.



Estas ventajas deben de ser señaladas claramente en el proyecto de fomentar la utilización del management en el sector privado, toda vez, que representan un atractivo contractual para el comerciante social pues evidencia beneficios para este.

5.3. Propuesta dirigida al Ministerio de Economía para coadyuvar con la campaña de concientización de implementar el management

La propuesta en sí que se presenta al Ministerio de Economía para poder realizar un proyecto destinado al fomento de implementar el management por parte del sector privado en su administración se concretiza en un programa o plan trazado de management, el cual se desarrolla de la siguiente manera:

- a) El proyecto debe estar desarrollado por fases.
- b) El proyecto se debe dirigir a organizaciones de igual o parecido giro comercial específicamente hotelero.
- c) El proyecto debe de regionalizarse geográficamente en el territorio de Guatemala, en virtud que existen lugares turísticos donde fácilmente pueda operar, inclusive contrae desarrollo económico y humano para los habitantes de la jurisdicción beneficiada.
- d) El proyecto debe de concluir con propuestas concretas dirigidas a organizaciones específicas.



5.3.1. Fases del proyecto de implementación del management

Para llevar a cabo la implementación del contrato de management en el sector privado de manera eficiente y exitosa, se debe organizar una serie de fases, las cuales deben enfocarse al público que podría estar interesado en dicho contrato, cuidando ser dinámicas y llamativas, basados en el estudio realizado, se propone que se desarrolle de la siguiente forma:

- a) Desarrollar logística relativa a organizaciones a quienes se les deberá capacitar en cuanto al management con el objetivo de que se fomente en un futuro la competitividad entre ellas.
- b) Crear publicidad con información suficiente para organizaciones relativas al management.
- c) Definir el espacio geográfico en donde se iniciará y concluirá el proyecto a efecto que se funcione eficazmente.
- d) Definir el espacio relativo a la ubicación, edificios, en donde se realizarán las capacitaciones iniciales del proyecto.
- e) Contratar personas con el expertise necesario para desarrollar el tema de management y su forma de ejecución dentro de las organizaciones, señalando asimismo los beneficios que presenta dicho contrato.



- f) Llevar a cabo las capacitaciones iniciales del management a organizaciones con giro comercial igual o similar, con el objeto que a largo plazo puedan, una vez implementado el management, fomentar la competitividad entre las organizaciones.

El giro comercial que debe ser prioridad del Ministerio de Economía debido a su importancia en el desarrollo económico del país siendo las siguientes: hotelería y turismo, actividad aseguradora, restaurantes, transporte de personas y cosas, telecomunicaciones y agro mercantiles. Las capacitaciones deben tener como plazo una semana de conferencias destinadas a empresarios y personal dentro de empresas con cargos de administración.

- g) Llevar a cabo talleres destinados a enseñar la manera correcta de ejecutar el management dentro de una organización mercantil. Los talleres deben de contar con una parte práctica de cómo llevar a cabo el management una vez realizado el contrato, asimismo la forma de ejecución, dirección y control por parte de la empresa gerenciada. Dichos talleres deben de ser impartidos por personas con experiencia de gerente o administradores, que previamente en la primera fase fue el momento de selección.
- h) Realizar congresos para asesores jurídicos de organizaciones empresariales con el objeto de presentar proyectos de management utilizados con beneficios concretos, nacional e internacional. Los congresos deben de tener un tiempo de duración relativamente corto, se propone dos días para llevar a cabo dichos congresos, pues deben de contener, asesoría jurídico legal en cuanto a las obligaciones de la



empresa gerenciada y del gerenciente, forma de rescindir el contrato, obligaciones mínimas de los contratantes, y la forma de dirección y control por parte de la empresa gerenciada.

- i) Conclusión del proyecto y expectativas que se esperan por parte del Estado en cuanto a la implementación del management por el sector privado, estas también están acompañadas de la parte compromisoria por parte del sector privado en cuanto a utilizar dicho contrato con el fin del desarrollo económico del país.
- j) Presentación de estadísticas actuales de puestos de administración y las creadas contractualmente utilizando el management en el país, con el objeto de presentar los datos en un futuro, después de haber llevado a cabo el proyecto.

El proyecto deberá de estimarse en el presupuesto general de ingresos y egresos del Estado con la justificación de fomentar el desarrollo empresarial y económico del país por medio de implementación de contratos mercantiles destinados a dichos fines, específicamente el management.

5.4. La desventaja de crear una norma jurídica para implementar el management en la dirección o gerenciamiento de una sociedad o empresa

En el derecho mercantil se maneja toda transacción u operación atendiendo a los principios y características propios de dicha rama, estos ya no serán mencionados en el presente apartado pues ya fueron abordados en el inicio de la investigación, pero es



necesario tener presente que dichos principios y características hacen del derecho mercantil una herramienta flexible y eficaz para el crecimiento económico del país y de la persona.

Se ha establecido a través del tiempo que el tráfico mercantil funciona con mayor eficiencia sin estar sujeto a normas de carácter impositivo estatal sino todo lo contrario, por acuerdo entre los comerciantes para lograr un fin conjunto, si bien es cierto, que la única fuente de derecho es la norma jurídica, la ley, en el derecho mercantil es preferible no regir ciertas instituciones con disposiciones impositivas o coercitivas pues pueden limitar al comerciante en su actuar en su giro comercial.

La desventaja en concreto de regular el contrato management es que en el sector privado el derecho mercantil no precisa de fórmulas ni mucho menos de una mayor rigidez en su desarrollo; el crear una norma o cuerpo legal para institucionalizar la implementación del management solamente llevaría a un gasto estatal, no solo de la creación de un cuerpo legal sino que también pueden crearse otras instituciones que requieran de un gasto mayor para el Estado.

Además por la libertad que goza el derecho mercantil en la legislación y atendiendo a los principios expuestos con anterioridad, se puede concluir que la responsabilidad de la empresa gerenciente, no dista de la que le corresponde a los directores y gerentes de una empresa, porque lo que hace finalmente es asumir la administración corporativa.



CONCLUSIONES

1. El contrato atípico ha sido en el derecho mercantil contractual, una institución que ha evolucionado y perfeccionado a través de la práctica comercial contractual relativa al acuerdo que se celebre, asimismo, la atipicidad en el contrato comercial formula y presenta rapidez en la forma de contratar.
2. El contrato de management es un acuerdo representativo para el desarrollo económico y empresarial, asimismo, fomenta competitividad entre comerciantes sociales y su forma de administrar sus recursos humanos, materiales y económicos.
3. La contratación mercantil contiene principios que dotan de seguridad a los contratantes y que ha sido importante en el transcurso de la historia de dicha institución en la relación jurídica contractual comercial entre los comerciantes.
4. El derecho mercantil contractual desde sus inicios hasta la actualidad demuestra una eficiente herramienta para el desarrollo de las organizaciones en cuanto a sus recursos humanos, materiales y económicos, asimismo agiliza cualquier situación necesaria para el funcionamiento de dichas organizaciones.
5. El proyecto dirigido a organizaciones empresariales específicas está destinado a no solo implementar el management en el sector privado, sino al desarrollo económico del país por la competitividad entre organizaciones mercantiles con mayor importancia por su giro comercial dentro del país.





RECOMENDACIONES

1. El contrato atípico debe de ser atendido en el sentido de que su atipicidad es parte de su forma de realización en cuanto a la rapidez de convenio entre comerciantes y que su utilización debe de ser de manera libre sin normas jurídicas impuestas por el Estado.
2. El management debe de ser utilizado por el sector privado con el fin de incrementar el nivel económico, no solo de él de los contratantes, sino del país, toda vez, que su inclinación a la competitividad desarrolla entre las organizaciones comerciales, efectividad en sus servicios y productos.
3. Es importante la aplicación del contrato management en el sector privado por parte del Ministerio de Economía, toda vez que los principios propios de la contratación mercantil proporciona certeza jurídica a las partes contratantes, a efecto de que el Estado cumpla una de sus obligaciones como lo es la protección jurídica.
4. El Estado a través de su política de crecimiento económico debe de fomentar la utilización del management en el sector privado, específicamente en organizaciones de giro comercial importante y de trascendencia para el desarrollo económico del país.
5. El proyecto de implementación del management en el sector privado debe de realizarse por parte del Ministerio de Economía, tomando en cuenta las fases de



desarrollo y propuestas, toda vez que estén encaminadas a concientizar al sector privado en la utilización de dicho contrato, el cual generaría desarrollo económico para el país y para los habitantes de la República de Guatemala.

BIBLIOGRAFÍA



- BROSETA PONT, Manuel. **La empresa**. España: Ed. Tecnos S.A., 1992.
- DE CASTRO Y BRAVO, Federico. **El negocio jurídico**. España: Ed. S.L. Civitas ediciones, 2002.
- ECHAIZ MORENO, Daniel. **Derecho y cambio social**. Perú. Ed. Víaiuris, 2004.
- FARINA, Juan Manuel. **Contratos comerciales modernos 2**. 2ª ed. Buenos Aires Argentina: Ed. Astrea, 1997.
- GARRIGEZ, Joaquín. **Curso de derecho mercantil**. España: Ed. S. Aguirre, 2000.
- OSSORIO, Manuel. **Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales**. 37ª ed. Buenos Aires, Argentina: Ed. Heliasta, 1984.
- PAZ ALVAREZ, Roberto. **El negocio jurídico mercantil: teoría elemental del derecho mercantil guatemalteco**. 3ª ed. Guatemala: Editorial F.M. Darling, 2012.
- SCHERMERHORN, John R. **Administración**. España: Ed. Limusa, 2002.
- VILLEGAS LARA, René Arturo. **Derecho mercantil guatemalteco**. Tomo I. Guatemala, Guatemala: Ed. Universitaria, 1999.
- Legislación:**
- Constitución Política de la República de Guatemala**. Asamblea Nacional Constituyente, 1986.
- Código de Comercio**. Decreto 2-70 del Congreso de la República de Guatemala, 1970.
- Código Civil**. Decreto Ley 106, Enrique Peralta Azurdía, Jefe de Gobierno de la República de Guatemala, 1964.
- Código Procesal Civil y Mercantil**. Decreto Ley 107, Enrique Peralta Azurdía, Jefe de Gobierno de la República de Guatemala, 1964.
- Ley de Protección al Consumidor**. Decreto 1-85 del Congreso de la República de Guatemala, 1985.
- Ley del Organismo Judicial**. Decreto Número 2-89 del Congreso de la República de Guatemala, 1989.