

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



**NECESIDAD DE REGULAR EL CONTRATO DE COMPRAVENTA EN LINEA EN  
GUATEMALA**

**MARITZA YOJANA ARGUETA SALAZAR**

**GUATEMALA, JUNIO DE 2019**

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

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

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ  
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

**Primera Fase:**

Presidente:	Lic.	José Luis De León Melgar
Vocal:	Lic.	Mynor Leonel Mutzuts
Secretario:	Lic.	Ronald David Ortiz Orantes

**Segunda Fase:**

Presidente:	Lic.	Ronald David Ortiz Orantes
Vocal:	Lic.	Romeo Antonio Martínez Guerra
Secretario:	Lic.	Héctor Guevara

**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).

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

**NECESIDAD DE REGULAR EL CONTRATO DE COMPRAVENTA EN LINEA EN  
GUATEMALA**

**TESIS**

Presentada a la Honorable Junta Directiva

de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

**MARITZA YOJANA ARGUETA SALAZAR**

Previo a conferírsele el grado académico de

**LICENCIADA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

Y los títulos profesionales de

**ABOGADA Y NOTARIA**

Guatemala, junio de 2019



**USAC**  
**TRICENTENARIA**  
 Universidad de San Carlos de Guatemala




Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Unidad de Asesoría de Tesis. Ciudad de Guatemala,  
 06 de abril de 2015.

Atentamente pase al (a) Profesional, MARIA ROSELIA LIMA GARZA  
 \_\_\_\_\_, para que proceda a asesorar el trabajo de tesis del (a) estudiante  
MARITZA YOJANA ARGUETA SALAZAR, con carné 200842686,  
 intitulado NECESIDAD DE REGULAR EL CONTRATO DE COMPRAVENTA EN LÍNEA EN GUATEMALA.

Hago de su conocimiento que está facultado (a) para recomendar al (a) estudiante, la modificación del bosquejo preliminar de temas, las fuentes de consulta originalmente contempladas; así como, el título de tesis propuesto.

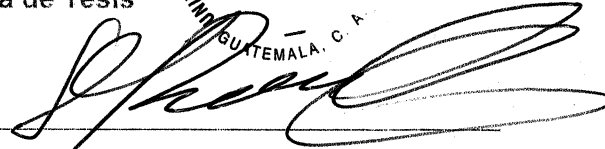
El dictamen correspondiente se debe emitir en un plazo no mayor de 90 días continuos a partir de concluida la investigación, en este debe hacer constar su opinión respecto del contenido científico y técnico de la tesis, la metodología y técnicas de investigación utilizadas, la redacción, los cuadros estadísticos si fueren necesarios, la contribución científica de la misma, la conclusión discursiva, y la bibliografía utilizada, si aprueba o desaprueba el trabajo de investigación. Expresamente declarará que no es pariente del (a) estudiante dentro de los grados de ley y otras consideraciones que estime pertinentes.

Adjunto encontrará el plan de tesis respectivo.

  
 DR. BONERGE AMILCAR MEJIA ORELLANA  
 Jefe(a) de la Unidad de Asesoría de Tesis



Fecha de recepción 03 / 08 / 2015 f)

  
 Asesor(a)

LICENCIADA  
 Maria Roselia Lima Garza  
 ABOGADA Y NOTARIA

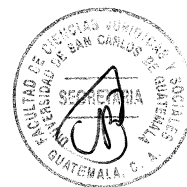
**Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales**

Edificio S-7, Ciudad Universitaria Zona 12 - Guatemala, Guatemala



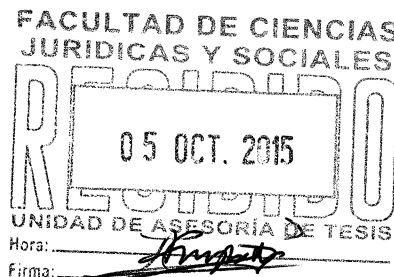


**MSc. María Roselia Lima Garza**  
**Abogada y Notaria**  
**Colegiado No. 6229**



Guatemala, 5 de octubre de 2015

**Dr. Bonerge Amilcar Mejía Orellana**  
**Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis**  
**Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales**  
**Su despacho.**



De conformidad con resolución de nombramiento de fecha seis de abril del dos mil quince, recaído en mi persona, me permito informar a usted que he revisado el trabajo de tesis de la bachiller **MARITZA YOJANA ARGUETA SALAZAR**, intitulado **NECESIDAD DE REGULAR EL CONTRATO DE COMPRAVENTA EN LÍNEA EN GUATEMALA**, para lo cual me permito manifestar lo siguiente:

1. La tesis abarca un contenido científico y técnico, analizando en el marco jurídico guatemalteco la necesidad de regular el contrato de compraventa en línea, el cual contiene aspectos que pueden afectar los derechos de los compradores.
2. La bachiller **MARITZA YOJANA ARGUETA SALAZAR**, en la elaboración de su tesis utilizó un lenguaje correcto y el contenido de la misma es de interés para la ciudadanía guatemalteca. El trabajo es un aporte científico tanto para los estudiantes, catedráticos y profesionales a quienes interese el tema. Dicho aporte merece ser tenido en cuenta en virtud de afectar a los consumidores en línea.
3. Los métodos y técnicas utilizados por la sustentante para la elaboración de su tesis fueron acordes al desarrollo de la misma. La sustentante utilizó el método analítico-sintético con los cuales determinó la importancia de los principios del derecho mercantil, los diferentes mercados en línea, así como los procesos de compraventa. Mediante el inductivo-deductivo estableció la realidad que viven las personas que compran productos por la Internet, toda vez que, para este tipo de transacciones mercantiles no existe una regulación legal. Durante el desarrollo del presente trabajo utilizó las técnicas bibliográficas y la

**MSc. María Roselia Lima Garza**  
**Abogada y Notaria**  
**Colegiado No. 6229**



observación, con la cual obtuvo la información acorde para la elaboración de la tesis con datos actualizados.

4. No fueron necesarios cuadros estadísticos debido a que la investigación no lo amerita.
5. La conclusión discursiva por la sustentante es acorde y se relaciona con el contenido de la tesis, en virtud que evidencian que ni la legislación civil, ni mercantil no están acordes con las prácticas modernas de compraventa, vulnerando de esta manera el derecho de los consumidores.
6. La bibliografía utilizada en la elaboración de la tesis es la adecuada y actualizada. De manera personal me encargue de guiar a la estudiante en los lineamientos de todas las etapas correspondientes al proceso de investigación científica, aplicando para el efecto los métodos y técnicas acordes para resolución de la problemática relacionada.
7. El trabajo de tesis efectivamente reúne los requisitos de carácter legal, por lo que me permito emitir **DICTAMEN FAVORABLE** de conformidad con el cumplimiento de los requisitos establecidos en el Artículo treinta y uno (31) del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.
8. Declaro expresamente que no soy pariente dentro de los grados de ley de la estudiante que asesoro.

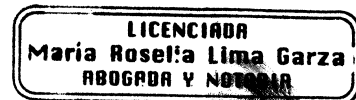
**Atentamente,**



**MSc. María Roselia Lima Garza**

**Asesora de Tesis**

**Colegiada 6229**





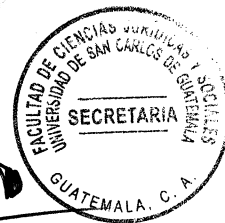
**USAC**  
**TRICENTENARIA**  
Universidad de San Carlos de Guatemala



DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, 24 de febrero de 2017.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del trabajo de tesis de la estudiante MARITZA YOJANA ARGUETA SALAZAR, titulado NECESIDAD DE REGULAR EL CONTRATO DE COMPRAVENTA EN LÍNEA EN GUATEMALA. 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/srrs.



**Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales**

Edificio S-7, Ciudad Universitaria Zona 12 - Guatemala, Guatemala





## DEDICATORIA

- A DIOS:** Porque toda buena dádiva y todo don perfecto descende de lo alto, del Padre de las Luces. Santiago 1:17. A Él sea toda la Gloria por los siglos y los siglos. Separado de Él nada podemos hacer
- A MI PADRE:** Gonzalo Argueta Cardona, por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan, valores que me ha infundado siempre al enseñarme que en la vida para triunfar es necesario ser honesto y esforzarse.
- A MI MADRE:** Sara Luz Salazar Sandoval, por darme la vida, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor y creer en mí.
- A MIS HERMANOS:** Jaime Aroldo Argueta Salazar, Ana María Argueta Salazar, Gonzalo Argueta Salazar, Blanca Alicia Argueta Salazar, Sindy Xomara Argueta Salazar, Ingrid Veronica Argueta Salazar, Juan Carlos Argueta Salazar; por su cariño, apoyo, comprensión y compañía en todo momento.
- A MIS ABUELOS:** Con mucho cariño, respeto y admiración.
- A MIS SOBRINOS:** Para que este triunfo sirva de motivación en sus estudios.
- A MIS TÍOS Y TÍAS:** Por su cariño y buenos deseos.
- A MIS PRIMAS Y PRIMOS:** Con todo mi cariño y aprecio.



**A MIS COMPAÑEROS:**

Mi respeto y aprecio, a quienes les insto a seguir luchando por alcanzar sus metas y sueños.

**A MIS PADRINOS:**

Dra. María Roselia Lima Garza, y Lic. Rodsvin Evelio Corado Linares por sus consejos y apoyo incondicional.

**A MI ASESORA:**

Dra. María Roselia Lima Garza, por todo su apoyo en la elaboración del presente trabajo de graduación, por su paciencia, aprecio, amistad y consejos, mi más sincero agradecimiento.

**A MIS CATEDRÁTICOS:**

Por su importante participación en mi formación académica y profesional, por sus enseñanzas y consejos, mi admiración y respeto.

**A:**

La tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala, por abrirme sus puertas y con eso brindarme la oportunidad de cumplir uno de los anhelados de mi proyecto de vida y superarme profesionalmente.

**A:**

La Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que con la ayuda de sus catedráticos, me permitieron adquirir los conocimientos necesarios para la culminación de mi carrera.



## **PRESENTACIÓN**

Este informe contiene un análisis relacionado a la necesidad de regular el contrato de compraventa en línea en Guatemala debido a que es una forma de adaptar la contratación a las tendencias de la globalización y la tecnología.

La investigación pertenece a la rama del derecho mercantil; el ámbito geográfico es el departamento y municipio de Guatemala, lugar en el que se realiza generalmente la contratación en línea; el periodo que comprende la investigación es entre los años 2013 y 2014, tiempo en el cual se ha dado la mayor cantidad de transacciones en línea.

El sujeto de estudio son todas las personas que compran a través de los sitios más importantes de la Internet, pues al darse las transacciones en línea adquieren la calidad de consumidores y son susceptibles que se les vulnere sus derechos; la finalidad de la investigación es por la necesidad de regular los derechos de los consumidores al celebrar contratos de compraventa en línea y que esté acorde a la tecnología, pero garantizando los derechos de los consumidores.

Con la presente investigación pretendo poner en evidencia la necesidad que el Estado cumpla con su obligación constitucional de proteger a la persona y su patrimonio.

## HIPÓTESIS



La variable dependiente de la hipótesis es la necesidad de regular el contrato de compraventa en línea. Las variables independientes de la hipótesis son: la primera el incumplimiento de los derechos y obligaciones de los usuarios y de las empresas que venden productos en línea, esto se da porque la falta de regulación del contrato de compraventa vulnera los principios de la contratación; la segunda la consecuencia derivada de la inexistencia de contratos debidamente regulados en la legislación guatemalteca, esto da lugar a que se apliquen cláusulas abusivas y afecten derechos de los contratantes.

El tipo de hipótesis utilizado en la presente investigación es la correlacional, esto se da porque como consecuencia de no existir una contratación en línea debidamente regulada, se violentan derechos establecidos en la Constitución Política de la República de Guatemala, es decir, que el efecto es la falta de regulación de dichos contratos y la consecuencia es la violación de derechos del consumidor y contratantes.



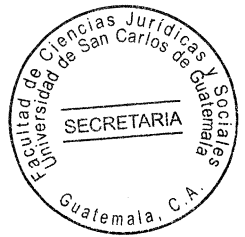
## COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Luego del análisis de la legislación nacional en relación a las formas de contratación, se comprobó la hipótesis porque mediante los contratos de adhesión se obliga a los consumidores a aceptar cláusulas que van en contra de sus derechos como tales, al comprar productos por la Internet; pues dentro de los métodos utilizados se pueden encontrar los siguientes: se utilizó el método de análisis, pues se estudió cada uno de los elementos de la contratación civil y mercantil, así como los tipos de mercados que existen en línea. Se utilizó el método de síntesis, a efecto de reunir nuevamente los elementos doctrinarios tales como las formas de obtener el consentimiento para contratar y las formas en que se ve limitado el mismo en la legislación.

Dentro de las técnicas utilizadas para la comprobación de la hipótesis se pueden mencionar las siguientes: investigación documental, la cual se utilizó a efectos de determinar que existe violación a los derechos de los consumidores cuando compran algún producto por la Internet, en donde se dedujo que se debe regular la compraventa en línea con mecanismos de protección para los que realizan este tipo de transacciones. Los documentos consultados se especifican en la bibliografía respectiva.



# ÍNDICE



**Pág.**

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

## CAPÍTULO I

1. El contrato de compraventa.....	1
1.1. Generalidades.....	1
1.2. La perfección del contrato de compraventa.....	2
1.3. Definición y elementos del contrato de compraventa.....	3
1.4. Compraventa mercantil.....	5
1.4.1. Mercantilidad.....	5
1.5. Comercio electrónico.....	6
1.5.1. Concepto comercio electrónico.....	8
1.5.2. Clasificación del comercio electrónico.....	9
1.6. El consentimiento en el contrato electrónico.....	13
1.7. La oferta y aceptación.....	17
1.8. Principios básicos de la contratación electrónica.....	18

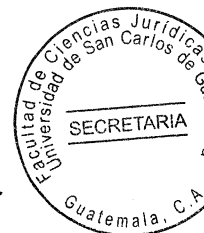
## CAPÍTULO II

2. Compraventa en línea.....	21
2.1. Proceso de compra por la Internet.....	21
2.1.1. Utilización de los mercados electrónicos.....	21
2.1.2. El funcionamiento de un mercado electrónico.....	22
2.1.3. Mercados online.....	22
2.1.4. Medios de pago para comprar por la Internet.....	25
2.1.5. Sistemas de seguridad.....	28
2.1.6. Compra por la Internet.....	32

2.2.	Tipos de contratos en principales mercados de venta online.....	34
2.2.1.	Por su forma de ejecución.....	34
2.2.2.	Por la emisión de las declaraciones.....	35
2.2.3.	Por los sujetos que son parte del contrato electrónico.....	37
2.2.4.	Por la forma de pago.....	38
2.3.	Seguridad en contratos de compraventa en línea.....	39
2.4.	Firma electrónica.....	40
2.4.1.	Definición de firma electrónica.....	41
2.4.2.	Efectos jurídicos de la firma electrónica.....	41
2.5.	Seguridad y protección de datos.....	42
2.6.	Dinero electrónico.....	43
2.6.1.	¿Cómo funciona el dinero electrónico?.....	44

### CAPÍTULO III

3.	Obligaciones de los consumidores al aceptar contrato de compra venta en línea.....	45
3.1.	Derechos y obligaciones de los consumidores en la legislación guatemalteca.....	46
3.2.	Regulación de los derechos y las obligaciones de los consumidores en legislación internacional.....	48
3.3.	Procedimiento establecido en contratos para exigir derechos y cumplir obligaciones.....	50
3.4.	Incumplimiento e implicaciones de la compraventa en línea.....	52
3.5.	Principales sitios de compraventa el línea.....	54
3.5.1.	Ebay.....	54
3.5.2.	Amazon.....	55
3.5.3.	Mercado libre.....	55
3.6.	El incumplimiento y soluciones.....	56



**Pág.**

3.6.1. Indemnización de daños y perjuicios.....	56
3.7. La compraventa internacional.....	57
3.7.1. Principios de la compraventa internacional.....	58
3.7.2. Convenciones internacionales.....	59

## **CAPÍTULO IV**

4. Necesidad de regular el contrato de compraventa en línea en Guatemala....	67
4.1. Bases para la regulación.....	68
4.2. Principales regulaciones guatemaltecas para el contrato de adhesión.....	69
4.2.1. Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firma Electrónica.....	70
4.2.2. Código Civil.....	71
4.2.3. Código de Comercio.....	71
4.2.4. Ley de Protección al Consumidor y Usuario.....	72
4.3. Las cláusulas abusivas en los contratos de compraventa en línea....	77
<b>CONCLUSIÓN DISCURSIVA.....</b>	<b>79</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>81</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>87</b>



## INTRODUCCIÓN

En la actualidad dentro del derecho contractual guatemalteco se vulnera la tutela hacia los consumidores, dada la inexistencia de regulación de los contratos por la Internet especialmente la compraventa. Dicha responsabilidad recae en el Estado como garante de la protección de las personas, en concreción a los consumidores y usuarios, al existir contratos que lejos de beneficiar a los consumidores les perjudica, al no regular derechos y obligaciones de este tipo de contratos en la legislación guatemalteca.

El objetivo general fue analizar los contratos de compra venta internacional por la Internet por medio de las empresas como Amazon, Ebay y Mercado libre y establecer su regulación y cumplimiento en la legislación guatemalteca. El objetivo específico es identificar si son satisfechos los derechos que tienen los consumidores de productos de acuerdo al contrato de compra venta en línea y establecer las características de la respectiva regulación en la legislación guatemalteca; especificar las obligaciones que tienen los consumidores de productos de acuerdo al contrato de compra venta en línea y establecer las características de su regulación en la legislación guatemalteca; determinar cuándo se da incumplimiento en el contrato de compraventa internacional entre los sujetos de derecho privado en Internet y cuáles son sus implicaciones

En la hipótesis se menciona que la consecuencia derivada de la inexistencia de contratos debidamente regulados por la legislación guatemalteca, en las transacciones hechas por la Internet, es el incumplimiento de los derechos y obligaciones de los usuarios y de las empresas que venden productos online, especialmente en formas de pago, reembolsos, especificaciones de productos, tiempos de entrega. Mediante la presente investigación se propone al Organismo Legislativo una reforma al Código Civil y al Código de Comercio de Guatemala para regular los contratos de compraventa vía internet, lo cual contribuirá a que las personas puedan comprar y vender amparados en la legislación guatemalteca y que no se vulneren los derechos del consumidor.

Esta investigación consta de cuatro capítulos: en el primero, hace referencia al contrato de compraventa, sus elementos y su función; en el segundo, se hace una especificación del



contrato de compraventa en línea, la firma electrónica y la seguridad jurídica; en el tercer capítulo se explican cuáles son los derechos de los consumidores al aceptar los términos del contrato, así como también los principales sitios para comprar por internet; y en el cuarto capítulo se explica la regulación legal de los contratos por adhesión y la necesidad de regular la compraventa en línea que es el tema central.

El método deductivo se aplicó con la comparación entre lo regulado en la ley sustantiva civil y mercantil congruente con lo que establece la Constitución Política de la República de Guatemala. El método analítico permitió analizar desde todos los supuestos planteados, para llegar a las conclusiones obtenidas. El método funcionalista sirvió para establecer la necesidad de incorporar el contrato de compraventa en la legislación guatemalteca para que los consumidores puedan adquirir sus productos y que no se les violen sus derechos.

Es obligación del Estado de Guatemala la protección de los consumidores y usuarios contenida en el Artículo 119 literal i) de la Constitución Política de la República de Guatemala



## CAPÍTULO I

### 1. El contrato de compraventa

El contrato de compraventa es uno de los más importantes que se pueden observar dentro del derecho contractual, el que surge con el desarrollo social, el Estado y el derecho, a continuación se hace referencia a las generalidades de esta figura jurídica de gran importancia.

#### 1.1. Generalidades

Se dice que: "la compraventa natural o manual no precisa de sutilezas jurídicas; es el canje inmediato de precio y mercancía; y en la entrega simultanea de ambos se resuelve toda su sustancia."<sup>1</sup>

El autor citado hace referencia a que en la antigüedad el contrato de compraventa carecía de los formalismos que se observan hoy en día, pues con la figura del trueque es que se empieza el intercambio de mercaderías por otra antes de la invención de la moneda. Esto quiere decir que las partes involucradas no necesitaban de seguridad jurídica, sino simplemente que la mercadería intercambiada estuviera en buenas condiciones.

Siguiendo al mismo autor: "para montar todo el mecanismo se necesitó una evolución posterior. Ello tuvo lugar con la aparición de la compraventa consensual que responde ya a

---

<sup>1</sup> Puig Peña, Federico. **Compendio de derecho civil español**. Pág. 448



un fino sentido jurídico. Aquí la compraventa produce obligaciones, surge el sentido obligacional del contrato.”<sup>2</sup>

Lo que el tratadista Puig Peña explicita es el principio del consensualismo, pues hay que recordar que el negocio jurídico debe reunir ciertos requisitos esenciales que le dan vida, uno de ellos es precisamente el consentimiento, pues si este no existe simplemente no hay negocio jurídico, por ende las partes no queda obligadas.

## **1.2. La perfección del contrato de compraventa**

El Artículo 1791 del Código Civil en su parte conducente preceptúa: “el contrato de compraventa queda perfecto cuando las partes convienen en la cosa y en el precio...” El Artículo anteriormente descrito es claro en afirmar expresamente cuándo hay consentimiento, quiere decir entonces que el contrato de compraventa tiene una naturaleza consensual, esto quiere decir que no es necesario que se haya entregado la cosa ni el precio, sino que simplemente que las partes hayan pactado previamente.

Esto es en atención al principio de pacta sunt servanda el cual establece que el contrato es ley entre las partes, principio que se encuentra regulado en el Artículo 1517 del Código Civil el cual preceptúa: “hay contrato cuando dos o más personas convienen en crear, modificar o extinguir una obligación.”

---

<sup>2</sup> **Ibíd.** Pág. 448

Hay varias teorías que se refieren al consentimiento contractual, la más aceptada es la del tratadista Castán Tobeñas, citado por Puig Peña quien afirma que: “para llegar a la veta consensual tuvieron los romanos que acudir al mecanismo del contrato verbal mediante una doble esputatio: una parte que el comprador se hiciera acreedor de la cosa (emptio) y otra para que el vendedor se hiciera acreedor del precio (venditio), justificándose así que se formará el contrato con el nombre compuesto de ventitio emptio.”<sup>3</sup>

Lo afirmado por el autor Castan Tobeñas es lo que la mayoría de legislaciones recote, actualmente el Decreto-Ley 106, Código Civil, es la concepción romana tradicional, porque la compraventa no transfiere el dominio, sino que obliga únicamente al vendedor a transmitirlo. De la transcripción anterior se puede establecer que el consentimiento sólo se da antes de la formalización del contrato, pero lo que el autor Castán Tobeñas indica es que: “el contrato de compraventa posee una naturaleza jurídica de ser traslativo de dominio, pues el hecho que sea de esta forma no quiere decir que de una vez se traslade la propiedad de la cosa sino la obligación de hacerlo, por tal situación de hacerlo.”<sup>4</sup> Se comparte la opinión del citado autor, porque viéndolo desde el lado del comprador, no se entrega la cosa definitivamente sino solamente la obligación de entregarla.

### **1.3. Definición y elementos del contrato de compraventa**

El Artículo 1790 del Código Civil preceptúa: “por el contrato de compraventa el vendedor transfiere la propiedad de una cosa y se compromete a entregarla, y el comprador se obliga a pagar el precio en dinero.”

---

<sup>3</sup> **Ibíd.** Pág. 449

<sup>4</sup> Castán Tobeñas, José. **Derecho civil español**, pág. 120.





Por su parte el tratadista Puig Peña, define el contrato de compraventa de la siguiente manera: “contrato por virtud del cual una persona se obliga a entregar a otra una cosa, con la finalidad de transmitir su dominio, a cambio de que ésta entregue un precio cierto en dinero o signo que lo presente.”<sup>5</sup>

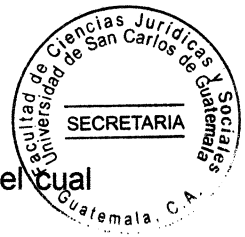
De la transcripción del Artículo citado y de lo afirmado por Puig Peña se pueden extraer los elementos del contrato de compraventa, los cuales se detallan a continuación: en primer lugar se encuentran los elementos personales, es decir los sujetos que son el comprador y el vendedor, ambos deben tener capacidad legal y haber otorgado previamente el consentimiento para poder formalizar el contrato. En segundo lugar se encuentran los elementos reales que son la cosa y el precio, la cosa es el objeto del contrato, el cual debe ser lícito, posible y determinado, al tenor de lo que regula el Artículo 1251 del Código Civil; el precio que es la suma de dinero que el comprador está obligado a pagar al vendedor, es decir, la contraprestación de la cosa que se recibe.

En tercer lugar se encuentran los elementos formales, esto es en atención al principio de formulismo, el cual se refiere a la manera de otorgar o de hacer que nazca a la vida jurídica el contrato, esto es de suma importancia mencionarlo pues la compraventa puede constar tanto en escritura pública como en documento privado, pero si contiene negocios que deben inscribirse entonces debe constar en escritura pública para su validez.

Lo anterior es lo que se conoce como la forma ad solemnitatem, es decir la solemnidad con la que se deben otorgar los negocios jurídicos para que sean válidos, el principio

---

<sup>5</sup> Alvarado Sandoval, Ricardo. **El notario ante la contratación civil y mercantil**. Pág. 100



anteriormente descrito se encuentra regulado en el Artículo 1576 del Código Civil el cual preceptúa: “Los contratos que tengan que inscribirse o anotarse en los registros, cualquiera que sea su valor, deberán constar en escritura pública...”

#### **1.4. Compraventa mercantil**

El contrato de compraventa ha sido en todo tiempo y lugar, desde que fue superada la etapa histórica del trueque, el contrato más extendido y fundamental. Desde que se sustituyó el cambio de un bien por otro bien o por una prestación in natura, por el intercambio de un bien por un precio, ha sido la compraventa el más utilizado de los contratos hasta constituir en la moderna economía dineraria el contrato típico.

Se dice que el contrato de compraventa mercantil es el contrato tipo del comercio, ya que mediante ella el comerciante realiza la intermediación en la circulación de bienes, adquiriendo las cosas del productor y poniéndolas a disposición del consumidor. Gran parte de la actividad que constituye el tráfico mercantil se desarrolla a través de una serie de contratos de compraventa de materias primas para la fabricación o de mercancías manufacturadas que venden los fabricantes a los mayoristas y estos a los detallistas y los detallistas al público.

##### **1.4.1. Mercantilidad**

Este término se puede definir de la siguiente manera: “la mercantilidad de los negocios mercantiles emana del hecho de que formen parte de la actividad profesional de un comerciante o empresario, en otras palabras de quien se integre dentro del complejo de



actividades mediante las cuales la empresa mercantil ofrece al público bienes o servicios o bien, por la circunstancia de estar específicamente reguladas por el Código de Comercio.”<sup>6</sup>

La doctrina se refiere a que la diferencia entre la compraventa civil y la compraventa mercantil radica en que en la segunda obligadamente debe de existir una persona que tenga la calidad de comerciante, mientras que en la compraventa civil se da entre dos personas; otra diferencia radica en que en la compraventa mercantil las transacciones se dan en masa, a diferencia del derecho civil que se dan aisladamente.

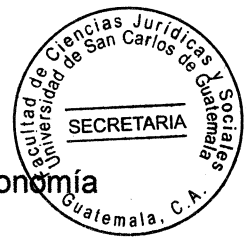
Es importante hacer la diferenciación anterior en virtud de que la mayoría de los contratos que se celebran por internet consisten en compraventas mercantiles, claro no quiere decir que todo lo que se compre por medio de internet tenga el calificativo de mercantil. Lo que se hace referencia es que generalmente por internet puede comprarse aisladamente o en masa, los contratantes pueden ser comerciantes o no comerciantes, pero las modalidades de compras que se realizan son de bienes o mercancías en masa.

### **1.5. Comercio electrónico**

Después de haber analizado el contrato de compraventa civil y mercantil y las diferencias entre ambos es oportuno ahora hacer referencia a lo que es el comercio electrónico para establecer posteriormente lo que es el contrato electrónico, su perfeccionamiento, así como sus elementos.

---

<sup>6</sup> Vásquez Martínez, Edmundo. **Instituciones de derecho mercantil**. Pág. 552



El comercio electrónico es otra modalidad de los cambios que se han producido en economía de finales del siglo XX e inicios del XXI, en que la tendencia a la globalización parece ser la pauta. Sin embargo no se debe creer que la tecnología es una revolución en la forma de hacer las cosas, sino un nuevo canal para las comunicaciones y transacciones. Han surgido y surgirán nuevos modelos de negocios jurídicos y contratos innominados, formas de pago y garantías y probablemente el seguro cobre mucha importancia.

Todo ello influenciado por las nuevas tecnologías de la información, pero en el derecho continúa siendo una forma de regular conductas humanas y sus instrucciones han perdurado más allá de los cambios tecnológicos, bajo estos términos, se debe revisar si las normas jurídicas en materia de contratos son suficientes o hacen falta modificaciones para una nueva forma de operar.

De lo anteriormente expuesto se colige que, generalmente al referirnos al comercio electrónico se piensa en una forma de comprar o vender a través de internet, esto es así porque en los últimos años y con el auge Internet la mayoría de la adquisición de productos y servicios se realiza a través de esta herramienta. Sean productos tangibles o intangibles (servicios) no hay prácticamente nada que no se pueda comercializar a través de Internet.

Significa entonces que, el comercio electrónico es en estos momentos un concepto que está revolucionando la percepción de los escenarios en los que se desarrollan las iniciativas empresariales y los mercados financieros. Los elementos que hacen posible el comercio electrónico se encuentran ligados al avance de la tecnología de la información, los cuales mediante el uso de Internet y demás herramientas informáticas, permiten las nuevas relaciones comerciales entre los agentes económicos. El comercio electrónico, desde un



punto de vista académico es interdisciplinario y los pilares que lo sustentan consisten en dos aspectos básicos: en primer lugar el tecnológico y en segundo lugar el jurídico.

### 1.5.1. Concepto de comercio electrónico

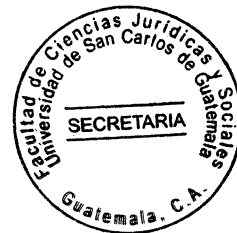
El término antes indicado según la doctrina, es: “un fenómeno jurídico y se concibe como la oferta y la contratación electrónica de productos y servicios a través de dos o más ordenadores o terminales informáticos conectados a través de una línea de comunicación dentro del entorno de red abierta que constituye Internet. Representa un fenómeno en plena expansión con votos de crecimiento extraordinario en número de conexiones, clientes y operaciones.”<sup>7</sup>

La Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas en el Artículo 2 define el comercio electrónico de la siguiente forma: “...las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de una o más comunicaciones electrónicas o de cualquier otro medio similar...”

Es momento de dar una definición propia de lo que debe entenderse por comercio electrónico, en este orden de ideas se puede decir que el comercio electrónico es toda aquella actividad que tiene por objeto o finalidad el intercambio de bienes o la prestación de servicios y que será electrónico cuando dicho comercio se realiza por medio de herramientas electrónicas entiéndase redes electrónicas abiertas facilitando así la actividad económica comercial.

---

<sup>7</sup> De Ríos, Mateu. **El consentimiento y el proceso de contratación electrónica**. Pág. 29.



### 1.5.2. Clasificación del comercio electrónico

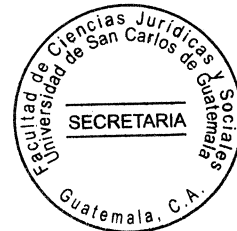
Existen múltiples criterios en la doctrina en cuanto a la clasificación del comercio electrónico, sin embargo, por razones de espacio y para cumplir los objetivos del presente trabajo, únicamente se analizarán los más importantes que propone el autor Matheu de Ríos y son las siguientes:

#### - **“Comercio entre empresas (b2b)**

Constituye la actividad pionera en la utilización de las nuevas tecnologías con la utilización de la transferencia electrónica de datos (EDI). En la actualidad se están creando nuevas redes de comunicación diseñadas para la aplicación del comercio electrónico, que permitan realizar las transacciones en un entorno más seguro que el de Internet. Mediante este tipo de redes se pretende hacer confluir en una misma plataforma el aire de seguridad que se respira en una red cerrada con el potencial que presenta la utilización de las redes abiertas, como Internet, lo cual genera mayores beneficios para el uso de la tecnología y que las empresas aprovechen sus recursos.

#### - **Comercio entre empresa y consumidor (b2c)**

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



- **Comercio entre administración y consumidor (a2c)**

Se trata de una nueva incursión, de parte de algunas instituciones de la administración, aún poco usada, pero con muy buenos resultados, como es el caso de la administración tributaria, usada incluso, para el pago de impuestos vía electrónica o en otras instituciones para la solicitud de información.

- **Comercio electrónico directo o comercio electrónico online**

Tiene por objeto la transacción de bienes intangibles en los cuales el pedido, pago y envío se producen online. El comercio electrónico directo es aquel que puede perfeccionarse contractualmente y completarse la ejecución del contrato y la satisfacción de los contratantes únicamente a través de la red, utilizando solamente medios electrónicos. La entrega de bienes se produce sin soporte físico, únicamente a través de la red. Por tanto el contrato se perfecciona por medios electrónicos (título), pero también la cosa o generalmente, el servicio se entregan o satisfacen electrónicamente.

- **Comercio electrónico Indirecto o comercio electrónico offline**

Es aquel utilizado para la adquisición de bienes tangibles, es decir aquellos contenidos en un soporte material. Si bien las transacciones se realizan electrónicamente, al ser cosas y objetos tangibles deben ser enviados usando canales de distribución tradicionales. El comercio electrónico indirecto comprende las transacciones realizadas por medios electrónicos relativas a bienes tangibles, que no pueden descargarse u obtenerse directamente a través de Internet.



El contrato puede perfeccionarse en línea con todos sus elementos, pero su ejecución precisa de medios materiales que exceden al mundo virtual. Cabe precisar que si bien la contratación electrónica presupone la transmisión inmaterial a través de las redes informáticas de la declaración negocial y la marginación de documentos en papel, el objeto de estos contratos pueden caer tranquilamente sobre el bien material cuya entrega física es necesaria para el cumplimiento.

- **Comercio electrónico abierto**

Cuando los contratos se perfeccionan y eventualmente se ejecutan en redes abiertas de telecomunicación (Internet).

- **Comercio electrónico cerrado**

Cuando la contratación tiene lugar en redes cerradas, en las que sólo pueden operar quienes cuentan con la pertinente habilitación contractual, sin la cual el acceso a dichas redes resulta velado (EDI).<sup>8</sup>

- **Concepto de contrato electrónico**

En el apartado anterior se hizo referencia a lo que es el comercio electrónico, es momento ahora de analizar lo que es el contrato electrónico, pues este es un derivado del comercio electrónico, bajo este orden de ideas, los doctrinarios del derecho definen el contrato

---

<sup>8</sup> **Ibíd.** Pág. 35





electrónico de la siguiente manera: “es aquel en el que la oferta y la aceptación se transmiten por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectados a una red de telecomunicaciones”.<sup>9</sup>

De la definición adoptada por el autor en mención se pueden extraer los requisitos que se encuentran inmersos en la misma, siendo estos los siguientes: en primer lugar es necesario que la oferta y la aceptación se transmitan por medio de equipos electrónicos. La necesidad de la transmisión de la oferta y la aceptación también pueden celebrarse otro tipo de transacciones o actividades como: a) Subastas electrónicas; b) Banca electrónica; c) Medios electrónicos de pago (efectivo y cheques); d) Negociación electrónica de acciones; e) reservaciones como viajes, hoteles, cines, teatros, etc; f) abastecimiento en línea y compra de bienes y servicios empresariales; g) comercio detallista.

Quiere decir entonces que la contratación en Internet se delimita en función de un factor objetivo que es la utilización por las partes como medio de comunicación entre ordenadores y de contratación en línea o tiempo real de un protocolo técnico y de un lenguaje con características de la tecnología de Internet.

El segundo requisito que se puede extraer de la definición del Doctor Aguilar es que el negocio jurídico supone que se trata de un contrato de personas ausentes o dicho con otras palabras de un contrato cuya oferta se realiza a una persona que no se encuentra frente a frente sino a distancia. El tercer elemento de la definición es que el consentimiento se preste

---

<sup>9</sup> Aguilar Guerra Vladimir. **El negocio jurídico**. Pág. 389



por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos conectados a una red de telecomunicaciones.

Hay que tener en cuenta que la contratación electrónica permite realizar contratos entre personas de distintos países separados por enormes distancias con ordenamientos jurídicos muy dispares, por consiguiente la contratación electrónica es un supuesto de contratación a distancia y se formaliza utilizando medios electrónicos, informáticos o telemáticos.

Los dos requisitos son necesarios pero no suficientes, porque es preciso su concurrencia para calificar un contrato electrónico. Esto quiere decir que nace el contrato de la voluntad concorde de las partes y que podrá formalizarse en el denominado documento electrónico, muy distinto de la documentación escrita, pues se realiza en soportes informáticos, electrónicos, etc., por lo que es preciso adoptar todas aquellas cautelas necesarias para conseguir una verdadera seguridad jurídica.

#### **1.6. El consentimiento en el contrato electrónico**

La doctrina afirma que el consentimiento: "lo constituyen dos o más declaraciones de voluntad provenientes de personas capaces, que coinciden plenamente en un asunto patrimonial de interés común. Dichas manifestaciones de voluntad han de ser verbales o escritas, pero en todo caso claramente indubitables. No lo serán, por ejemplo los simples gestos o los asentimientos mínimos."<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Contreras Ortiz, Rubén Alberto. **Obligaciones y negocios jurídicos civiles**. Pág. 211



Derivado de la definición del profesor contreras se puede inferir que para que haya consentimiento debe concurrir la declaración de voluntad de las partes, esto quiere decir que una persona debe proponer a otra la celebración del contrato (proponente) y la otra persona debe aceptar el contrato (aceptante), en este momento es cuando surge lo que se conoce como obligatoriedad y relatividad del contrato, principios que se pueden encontrar en el Artículo 1530 del Código Civil.

Después de haber analizado la definición del citado autor y el respectivo fundamento legal, se puede decir que relatividad del contrato es el vínculo que une al oferente con el aceptante, es decir cuando dos personas dan su consentimiento para posteriormente formalizar un negocio jurídico, mientras que la obligatoriedad del contrato se refiere a que una vez las partes de la relación contractual se hayan vinculado, quedan obligadas a concluir el negocio, pues si alguno no cumple entonces es responsable de los daños y perjuicios que ocasione al otro contratante. Habiendo establecido en términos generales lo que es el consentimiento en todo contrato de cualquier naturaleza, es ahora de establecer cómo se forma el consentimiento en el contrato electrónico. El contrato electrónico traslada los procesos establecidos para la contratación tradicional a un nuevo ámbito, el cual en ciertos aspectos genera cambios tanto en la forma como en el fondo de la relación contractual.

La doctrina mercantilista afirma que: "Este contrato se materializa mediante la utilización de elementos electrónicos que tienen incidencia en la formación de la voluntad, la ejecución y la interpretación del contrato. No se lo debe confundir con la contratación informática, cuyo objeto es un bien informático (equipamiento), un servicio informático (desarrollo)."<sup>11</sup>

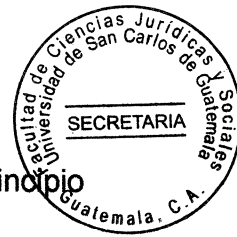
---

<sup>11</sup> Altamira Matías. **Internet, comercio electrónico**. Pág. 1

El autor antes citado hace referencia a lo que se dejó establecido con anterioridad y es que para que el contrato se perfeccione debe existir el consentimiento de las partes, expresión inequívoca de su voluntad de asumir derechos y obligaciones, esto al tenor de lo que establece el Artículo 1519 del Código Civil: “Desde que se perfecciona un contrato obliga a los contratantes al cumplimiento de lo convenido, siempre que estuviere dentro de las disposiciones legales relativas al negocio celebrado, y debe ejecutarse de buena fe y según la común intención de las partes.

Quiere decir en entonces que la base fundamental para que se perfeccione el contrato es indispensable el consentimiento de los otorgantes porque si este elemento esencia falta da lugar a nulidad absoluta en el negocio jurídico, pues casi siempre que hay acuerdo de voluntades se forma el contrato, pues en la mayoría de los casos basta con este elemento. Las formalidades legales no forman parte propiamente de la constitución del contrato (a excepción de los que la propia ley les denomina solemnes).

Generalmente el consentimiento se ve restringido en los contratos de nominados de adhesión, pues los contratos on-line generalmente se realizan mediante el sistema de formulario, por ejemplo para comprar un pasaje aéreo vía Internet, el consumidor debe completarlo con sus datos personales y una vez revisada la veracidad de la información presionar en el botón aceptar. Es en este instante cuando se aplica lo dispuesto en el primer párrafo del Artículo 1520 del Código Civil, el cual preceptúa: Los contratos de adhesión, en que las condiciones que regulan el servicio que se ofrece al público son establecidas sólo por el oferente, quedan perfectos cuando la persona que usa el servicio acepta las condiciones impuestas...”



De la interpretación del Artículo anteriormente citado se puede encontrar un principio doctrinario llamado in dubio pro adherente, el cual establece que para la interpretación de los contratos de adhesión se estará a lo dispuesto por el aceptante, es decir que si hay una duda el oferente tiene la razón y esto es así porque en la mayoría de contratos por adhesión se encuentran inmersas las denominadas cláusulas abusivas que generalmente favorecen al proponente, pues son cláusulas que se redactan para encubrir algún derecho que pueda beneficiar al consumidor.

Normalmente y para evitar inconvenientes, en los contratos por internet se solicita una dirección de correo electrónico a la que se le va a confirmar que la aceptación fue recibida y en qué términos se realizó, conocido como acuse de recibo. De esta manera, se cumple con las teorías de la declaración, recepción y conocimiento que regulan internacionalmente la formalización de los contratos y que sucintamente sostienen que se formaliza el contrato cuando se emite la aceptación, cuando la recibe el proponente y cuando este último la conoce, respectivamente.

Para el caso de contratos que no utilicen el sistema de formulario, el acuse de recibo funciona de la siguiente manera: el aceptante le envía al destinatario por correo electrónico su conformidad con la propuesta y el programa de correo utilizado por este último emite una respuesta automatizada expresando que el correo electrónico fue recibido o que ha recibido el e-mail y que pronto se comunicarán con él o que el e-mail fue recibido y leído por el destinatario. De todas estas respuestas surge el día y hora en que se formalizó el contrato.

La situación cambia si la aceptación fue enviada en un archivo adjunto y es de aplicación la teoría del conocimiento, ya que en este caso no se podrá conocer cuándo el destinatario



conoció de la aceptación, por lo que se recomienda que en el cuerpo del e-mail se exprese brevemente la voluntad del aceptante y evitar confusiones.

### 1.7. La oferta y aceptación

Anteriormente quedó apuntado que, para que un contrato se forme debe darse el consentimiento pues si éste falta da lugar la nulidad, partiendo de esto el profesor Rubén Contreras define la oferta de la siguiente manera: “es la manifestación expresa o tácita de una persona a otra o al público, haciéndole saber su disposición u ofrecimiento de celebrar determinado contrato. Conlleva una intención seria y efectiva y debe contener los elementos indispensable que permitan su evaluación por parte de quien es invitado a contratar.”<sup>12</sup>

El autor citado hace referencia a la oferta expresa o tácita, la primera se da cuando se hace de manera verbal o por escrito, para el caso del contrato electrónico es cuando propone la celebración de un contrato, es la típica oferta al público, como por ejemplo cuando se publica un anuncio en alguna página de internet con el objeto de formalizar una compraventa en el futuro.

Debe determinarse qué tipo de oferta pública es la que se utiliza en los sitios Web y los derechos del cliente. Siendo el lugar de aceptación para la formación del consentimiento y demás consecuencias jurídicas que se derivan del contrato, tomar una decisión en este punto es importante. Por otra parte existe el problema de que la comercialización a través de sitios web se realiza algunas veces mediante correos electrónicos personalizados en que ambas partes se encuentran identificadas, en realidad se asimilan a conversaciones

---

<sup>12</sup> Contreras, Ortiz. **Ob. Cit.** Pág. 215



directas. Además en las negociaciones por internet no interfieren las normas de protección al consumidor, por lo que se pueden aplicar los principios del derecho mercantil regulados en el Código de Comercio de Guatemala como lo son: la verdad sabida y la buena fe guardada.

### **1.8. Principios básicos de la contratación electrónica**

Dentro del ámbito del derecho contractual existen tres principios fundamentales que son: el formulismo, el consensualismo y la autonomía de la voluntad. El formulismo se refiere a la forma de los contratos, es decir cómo debe celebrarse el contrato, principio que se encuentra regulado en el Artículo 1256 del Código Civil el cual preceptúa: “cuando la ley no declare una forma específica para un negocio jurídico, los interesados pueden usar la que juzguen conveniente.”

El Artículo anteriormente citado hace referencia a que los negocios jurídicos deben celebrarse, como regla general, de la manera en que la ley los establece, esto quiere decir que algunos pueden celebrarse en documento privado y otros en escritura pública. Sin embargo para el caso de los contratos electrónico como no existe una formalidad específica, los contratantes pueden darle la forma que crean conveniente. El segundo principio del derecho contractual es la autonomía de la voluntad, el cual la autora Paula Barreilhet la define como: “la libertad de que gozan los particulares para pactar los contratos que les plazcan, y de determinar su contenido, efectos, duración y señala que esta voluntad es soberana, que el contrato nace de acuerdo de voluntades.”<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Barreilhet, Paula Silvia. **Autonomía de la voluntad, contratación electrónica y protección del consumidor.** Pág. 113.



La autora citada hace referencia a lo que se ha venido describiendo en líneas anteriores, es decir el consentimiento contractual, pues es la base de toda la contratación, pues los particulares gozan de toda libertad para formalizar el negocio jurídico, es decir que la autonomía de la voluntad se funda en los propios principio de la ilustración de la libertad y la desigualdad llevados al plano jurídico, que se traduce en la igualdad y libertad jurídica de las partes. A su vez en la libertad jurídica puede distinguirse la libertad para contratar.

La libertad jurídica por su parte se divide en dos grandes grupos: por un lado está la libertad para contratar, que es la libertad para celebrar o no el contrato y con quien; por otro lado está la libertad contractual que es libertad para fijar los términos o contenido del contrato.

La autora Paula Barrielhet afirma que la libertad jurídica comprende las siguientes facultades: “celebrar o no celebrar el contrato, elegir la forma de instrumentación, modificar el contrato, transmitir la posición contractual, exigir el contrato. Asimismo comprende pactar cláusulas diferentes u opuestas a la ley, crear contratos tipo diferentes de los de la ley, crear contratos atípicos, en síntesis establecer contratos únicos.”<sup>14</sup>

Lo expuesto por la autora citada se puede resumir en una palabra: consentimiento, o sea que una vez las partes de la contratación hayan dado su consentimiento ya hay contrato, de ahí en adelante deben observar la forma de los contratos y si no tiene ninguna formalidad entonces le pueden dar la que juzguen conveniente amparados en el Artículo 1256 del Código Civil, después de esto las partes son libres de obligarse en los términos pactados sin sufrir presiones de ninguna índole ni vicio alguno.

---

<sup>14</sup> *Ibíd.* Pág. 114.

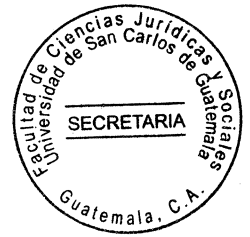




En los contratos electrónicos existen algunas variantes, pues generalmente la autonomía de la voluntad se ve limitada con los contratos mediante formularios en los cuales una de las partes establece las estipulaciones, pues la otra parte solo las acepta.

El principio de formulismo en estos contratos sería precisamente el formulario, siendo este el documento utilizado para formalizar el contrato, aunque el consentimiento se da estampando la firma en el formulario, allí no se puede alegar un vicio del consentimiento lo único es que en caso de duda se debe de estar en lo que más le favorezca al otro contratante (principio de favor debitoris y de in dubio pro adherente).

El principio de in dubio pro adherente tiene una regulación en el Artículo 1600 de Código Civil que preceptúa: “Las cláusulas oscuras, ambiguas o contradictorias de un contrato, insertas en modelos o formularios preparados de antemano por uno de los contratantes se interpretarán en favor del otro contratante.” Por su parte el principio de favor debitoris tiene su regulación en el Artículo 1602 del Código Civil el cual preceptúa: “Si la duda no puede resolverse por los medio indicados debe decidirse en favor del obligado.”



## CAPÍTULO II

### **2. Compraventa en línea**

Luego de haber analizado la contratación electrónica y el comercio electrónico en el capítulo anterior es momento ahora de hacer referencia a la compraventa en línea, pues es una nueva modalidad que ha surgido con el auge del internet y la globalización, se debe determinar el proceso de compra por internet, los diferentes tipos de contratos y la seguridad jurídica que conlleva este tipo de contratación.

#### **2.1. Proceso de compra por la Internet**

Los mercados online han consolidado una opción para comprar y vender productos en internet, las ventas a través de estos sitios son de tal magnitud que hoy se puede decir que gran parte de las transacciones de compra y venta en el mundo pasan por algunas de estas empresas.

##### **2.1.1. Utilización de los mercados electrónicos**

Para algunas empresas, los mercados online pueden ser muy valiosos, ya que juegan un papel destacado y añaden un considerable valor a muchas regiones y sectores. Para otras empresas, de otros sectores o zonas geográficas, la utilidad de los mercados online es menor.

### **2.1.2. El funcionamiento de un mercado electrónico**

Existen múltiples funciones para operar en un mercado electrónico, entre ellas se pueden enlistar las siguientes: subastas, catálogos, anuncios clasificados, periodo online, subastas inversas, directorios de proveedores, servicios de licitación.

### **2.1.3. Mercados online**

Dentro de los principales mercados online se encuentran los siguientes: Ebay, Amazon, Tindeal, mercado libre, los cuales se desarrollan a continuación:

#### **- Ebay**

Es el mayor centro de compra y venta en Internet, un lugar en el que se reúnen compradores y vendedores para intercambiar prácticamente de todo vendedor pone un artículo a la venta en Ebay, casi de cualquier tipo, desde antigüedades a coches, de libros a artículos deportivos. El vendedor opta por aceptar sólo pujas por el artículo (un anuncio de subasta) u ofrecer la opción de precio fijo cómpralo ya, que permite a los compradores adquirir el artículo de inmediato.

En una subasta, la puja se abre con el precio que el vendedor especifica y permanece en eBay durante un número determinado de días. Los compradores pujan por el artículo. Cuando finaliza el anuncio, gana el comprador con la puja más alta. En un anuncio de Cómpralo ya, el primer comprador dispuesto a pagar el precio del vendedor consigue el artículo. Comerciar en eBay es fácil y divertido. Y lo mejor de todo es que nunca sabes lo



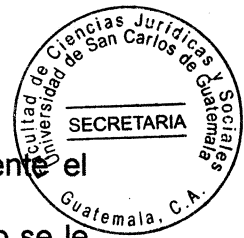
que se puede llegar a encontrar. Entre las ventajas de este tipo de mercado están: seguro y fácil de usar, se puede comprar casi todo por precios relativamente baratos, la descripción de los artículos son generalmente buenas y describen los defectos, elección de los pagos. Entre las desventajas están: algunas personas sombra, exageración con las descripciones.

#### - Amazon

Amazon es empresa de nacionalidad estadounidense encargada del comercio electrónico y servicios de cloud computing a diferentes niveles con sede principal en la ciudad de Seattle ubicada en el Estado de Washington. Es decir se trata de una corporación de comercio electrónico calificada como la más importante a nivel mundial, cuyo lema principal es “and you’re done”, que traducido al español es “y tú estás listo”.

En sus inicios Amazon se trataba de una tienda online de libros, pero con el tiempo y gracias a su gran éxito alcanzado, además dieron inicio a la comercialización de otros productos tales como películas, videojuegos, o CD de música. Hoy en día Amazon comprende una gran diversidad de diferentes líneas de productos que ofrecen desde software, DVD, videojuegos, ropa, comida, libros.

Entre las ventajas están: se encuentran productos por un precio muy inferior al que se puede encontrar en una tienda; la forma de pagar puede ser de manera muy cómoda, ya que el pedido puede partirse entre diversas tarjetas a la hora de pagar o incluso Amazon permite que se pueda pagar en diferentes plazos si el pedido es demasiado caro o grande; Envío gratuito a partir de cierta cantidad en determinados artículos; Acepta distintos tipos de tarjeta de crédito. Entre las desventajas están: pérdida de garantías en un determinado



tiempo; Tiempo de espera, ya que depende la ubicación del producto, posiblemente el pedido tarde entre una, dos o incluso tres semanas, ya que al paso por aduanas no se le puede poner un tiempo fijo; La página tiene dificultad de manejo.

- **Tinydeal**

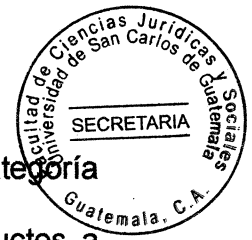
Es una tienda en línea de China con envío gratis, tiene precios muy bajos en muchos artículos tecnológicos, vende artículos para computadoras, teléfonos, accesorios para el hogar, belleza, juguetes, deportes, y muchos más. Tiene Categorías de productos con precio menos de \$4.99 y hot deals, en el que muchas veces colocan artículos increíbles. Entre las ventajas se encuentran: envío gratis; amplia variedad de productos; precios baratos; formas de pago seguro; la página web está disponible en Español. Entre las desventajas están: lazo de entrega más larga; muchos comentarios negativos en los sitios de Internet

- **Focalprice**

Focalprice es un sitio de venta online de los más diversos productos y a precios muy accesibles. De origen chino y sus ventas son internacionales. Entre las ventajas están: artículos baratos; variedad de productos y categorías; artículos desde 99 centavos; envío gratuito.

- **Tomtop**

Ofrece fertas muy atractivas en todos los días del año, precios competitivos, entregas gratis. Dispone de artículos para celulares, computadoras, Tablet, Deportes, Hogar, carros, joyas e



instrumentos musicales. Tiene categoría de artículos con precio menos a \$0.99, categoría de liquidación y ofertas diarias. Entre las ventajas están: gran variedad de productos a buenos precio; utiliza el servicio de PayPa; servicio de atención al cliente por LiveChat

#### - **Aliexpress**

Aliexpress es un centro en el que **se puede encontrar todo tipo de artículos**, desde prendas textiles a piezas para el automóvil. Desde joyas y bisutería al motor de un barco. Desde material de jardinería a maquetas. Es un lugar de referencia para los amantes del tuning, pero también un portal donde adquirir una bicicleta o cualquier complemento para el hogar, desde un edredón a unas cortinas, pasando por un juego de cuchillos de teórico acero inoxidable. Entre las ventajas están: amplia variedad de productos; una unidad a precios mayoristas; precios barato; formas de pago seguro; la página web está disponible en Español.

#### **2.1.4. Medios de pago para comprar por la Internet**

A continuación se hará referencia a las modalidades de pago más comunes en la compraventa por internet.

#### - **Transferencia bancaria**

Mediante transferencia bancaria el comprador realiza en ingreso del dinero en la cuenta bancaria de la empresa vendedora. Hay que hacer el pago antes de recibir la mercancía, con lo cual si después esta no se recibe puede haber problemas para recuperar el dinero.



Entre las Ventajas están: rapidez en la tramitación; si el pago es por reposición, se realiza con posterioridad a la recepción de las mercancías. Entre las desventajas están: con relación al cheque personal, deja de obtener los beneficios que le puede dar la demora en el pago; inmovilización de los fondos en el momento de la orden; mayor coste bancario que en el cheque personal

#### - **Tarjeta de crédito**

Al comprar por Internet mediante la tarjeta de crédito deberemos indicar el número de la tarjeta, la fecha de caducidad, el código de seguridad que figura en la propia tarjeta y el nombre del titular. Para pagar con tarjeta en una tienda, esta debe disponer de una pasarela de pago. Por lo tanto, la tienda conectará con tu banco y es a él al que le darás tus datos.

Así no existe peligro de que la tienda conserve dichos datos para realizar fraudes con ellos. La tarjeta de crédito es un medio de pago muy cómodo y muy rápido, pero además tiene una importante ventaja para el comprador, si no estamos satisfechos con la calidad del producto o servicio recibido podemos reclamar a la entidad que emite nuestra tarjeta como Visa, MasterCard, American Express, etc. y nos devolverán el importe de la compra. Las entidades que emiten tarjetas casi siempre suelen dar la razón al comprador cuando hay un conflicto entre el comprador y el vendedor.

De hecho, una gran parte de los fraudes que se producen en Internet los sufren los vendedores, no los compradores. Ventajas: Las tienda online cuentan con un sello Veri Sign en su sitio web, lo que significa que la información de alguna u otra forma está protegida. Entre las desventajas están: los hackers pueden entrar ilegalmente en la cuenta de la tienda



en Internet y robar tu información; la mayoría de las tiendas en línea dicen que son seguras, pero no se brinda completa seguridad.

#### - **Amazon payments**

El servicio Amazon Payments permite usar los métodos de pago que normalmente se utiliza en Amazon.com para pagar bienes y servicios en línea en todos los sitios web que aceptan Amazon Payments. Con una cuenta de Amazon Payments, se pueden realizar compras seguras en otros sitios web que aceptan el pago a través de Amazon Payments, sin necesidad de volver a ingresar tu información de pago. Además, el servicio Amazon Payments no tiene ningún costo adicional para ti.

Entre las ventajas están: posee una enorme comunidad de clientes (215 millones de cuentas activas) que ya se fían del servicio para realizar pagos; ofrece esta nueva forma de pago es que, al igual que PayPal, simplifica los pagos y los hace más sencillos que si el usuario tuviera que introducir sus datos personales y bancarios cada vez que realizase una compra.

Entre las desventajas están: una opción que competirá de manera directa con PayPal que ya tiene un tiempo ofreciendo este tipo de servicio en la web.

#### - **Safetypays**

SafetyPay es el un medio de pago seguro para realizar compras por Internet, pagando a través de banca electrónica. Entre las ventajas están: no revela la información de las cuentas; no necesita registrarse o suscribirse; sin cobro de comisiones al realizar las





compras; sin riesgo de fraude, ya que la transacción queda entre ambas partes. Entre las desventajas están: los pagos son directamente pagados desde su banca.

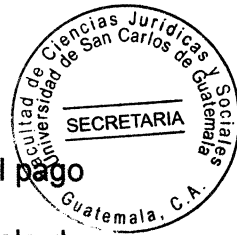
### **Contra-reembolso**

El pago contra-reembolso es un medio de pago utilizado en las ventas a distancia (por Internet, teléfono o catálogo) que consiste en abonar el coste del producto comprado, con sus recargos (por entrega y por elegir este medio de pago) directamente a la persona que nos haga la entrega del mismo en nuestro domicilio (el transportista), generalmente en efectivo (moneda y billetes).

Entre las ventajas se encuentran: no tiene ningún riesgo para el comprador, ya que puede abrir la mercancía en su hogar, comprobar que corresponde con lo solicitado y, sólo en ese caso, desembolsar su importe en efectivo. Entre las desventajas se pueden mencionar: cuesta dinero en forma de comisión por recurrir a esta forma de pago en vez de a otras (tarjeta bancaria o transferencia bancaria, por ejemplo); el comercio online se obliga a entregarlo en el domicilio sin haberlo cobrado antes, por lo que existe un alto riesgo de que el comprador (que no tiene nada que perder) no esté en su domicilio en el momento de la entrega, o que simplemente sea un pedido fallido.

#### **2.1.5. Sistemas de seguridad**

La seguridad en el comercio electrónico es un aspecto de suma importancia. Para ello es necesario disponer de un servidor seguro a través del cual toda la información confidencial es encriptado y viaja de forma segura, esto brinda confianza tanto a proveedores como

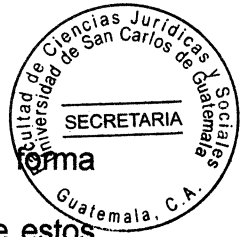


compradores que hacen del comercio electrónico su forma habitual de negocios. Si el pago se realiza mediante tarjeta de crédito, entra en funcionamiento la denominada pasarela de pagos o terminal punto de venta virtual de la entidad financiera. La operación se realiza a través de un servidor seguro, que emplea un protocolo de seguridad especial para garantizar la confidencialidad de los datos, ya sea SSL (Secure Sockets Layer) o SET (Secure Electronic Transaction). El banco del cliente deberá aceptar o rechazar la operación, vendedor y comprador reciben dicha información y el dinero del pago es transferido desde la cuenta del cliente al proveedor.

#### - **Secure Socket Layer**

Es un sistema de seguridad que encripta la información enviada por el usuario, de tal manera que ésta sólo puede ser descifrada por el ordenador que recibe la información y posee la clave secreta para hacerlo. Principalmente protege el número de tarjeta de crédito, para evitar que caiga en manos de personas indebidas y también los datos confidenciales del comprador, para que no se almacenen en ninguna base de datos comercial. ¿Cómo saber cuándo un sitio posee seguridad SSL? Una de las formas de saber si el sitio tiene o no este sistema de seguridad implementado, es por la certificación que usualmente está visible en la página, aun así, ésta puede ser falsificada, por ello el método más confiable es revisar la "URL" (Uniform Resource Locator) en la barra de direcciones del navegador donde se apreciará lo siguiente https, lo cual indica es una página segura.

Entre las ventajas se encuentran: soluciones de optimización como cifradoras, balanceadores de carga, etc: su menor número de opciones también lo hacen más fácil de mantener; canal de comunicaciones seguro entre un cliente y un servidor que fuese



independiente del sistema operativo usado por ambos y que se beneficiara de forma dinámica y flexible de los nuevos adelantos en materia de cifrado a medida de que estos estuvieran disponibles. Entre las desventajas se encuentran: sólo protege transacciones entre dos puntos (el servidor web comercial y el navegador del comprador). Sin embargo, una operación de pago con tarjeta de crédito involucra como mínimo tres partes: el consumidor, el comerciante y el emisor de tarjetas; no protege al comprador del riesgo de que un comerciante deshonesto utilice ilícitamente su tarjeta; los comerciantes corren el riesgo de que el número de tarjeta de un cliente sea fraudulento o no tenga saldo.

#### - **Secure Electronic Transaction**

Es un conjunto de normas de seguridad cuyo fin es asegurar la identidad de las personas que participan en una transacción electrónica, proteger la información que se envía y garantizar que esta no ha sido manipulada en este proceso. Para ello emplea certificados digitales y software de encriptado que lo hacen más complejo de usar y por lo tanto más difícil de implantar que el SSL. Entre las ventajas se encuentran: autentica los titulares de las tarjetas de crédito, los comerciantes y los bancos que intervienen en las operaciones comerciales por Internet; garantiza la máxima confidencialidad de la información del pago; asegura que los mensajes financieros no serán manipulados dentro del circuito del proceso de pago; proporciona interoperabilidad entre distintas plataformas hardware y software; no requiere un método particular de transporte. Entre las desventajas se encuentran: no resulta fácil de implantar, por lo que su despliegue está siendo muy lento; exige software especial para clientes, vendedores y bancos.

## - **PayPal**

Se puede comprar con total seguridad sin compartir la información financiera confidencial con los vendedores. La privacidad se protege también con: Consejos y herramientas de Puntos básicos de seguridad en Internet, Codificación de datos. Entre las ventajas se encuentran: reside en su amplia adaptación en distintos sectores comerciales de todo el planeta, ya que en la actualidad el sistema PayPal ha logrado convertirse en uno de los métodos más utilizados a nivel internacional; cheques de CVV2 (verificación de la tarjeta) de detección de fraude y dirección de proyección gratis. Entre las desventajas están: Se presentan de acuerdo al tipo de cuenta que deseemos crear, ya que el sistema brinda tres tipos de cuentas diferentes que responden a los distintas necesidades de los usuarios.

## - **Tarjetas securizadas**

El proceso habitual de compra con una tarjeta de crédito implica el envío de algunos datos básicos como n° de tarjeta, titular o fecha de caducidad, que pueden estar a disposición de cualquiera con cierta facilidad. Incluso el código CVV, 3 dígitos de comprobación visibles en la cara trasera de la tarjeta, que algunos sistemas de pago solicitan para confirmar la compra están disponibles para cualquiera que haya fotografiado o copiado la tarjeta. Este problema ha originado un elevado número de reclamaciones y supuesto importantes pérdidas para el comercio virtual que debe asumir el coste de las devoluciones de pagos.

Por esta razón, las entidades bancarias están empezando a solicitar en sus pasarelas de pago un código secreto, similar al empleado en un cajero automático, para autorizar cualquier proceso de compra con una tarjeta de crédito. Los bancos permiten aplicar dichos



sistemas a las tarjetas habituales de crédito /débito, simplemente con una solicitud a través de la entidad bancaria del cliente e incluso empleando la banca electrónica, sin coste alguno. Las tiendas virtuales que exigen el uso de tarjetas securizadas se identifican mediante un logotipo de Visa (Verified by Visa) o MasterCard (MasterCard SecureCod).

Entre las ventajas se encuentran: solamente el propietario de la tarjeta puede comprar online; al introducir la contraseña de uso exclusivo en compras virtuales en el momento del pago de una compra por Internet, se garantiza la identidad del comprador; al aparecer el mensaje personal (que sólo conoce el comprador y el banco conocen) en la pantalla donde se le solicita la contraseña, se reconoce la legitimidad de la transacción y se evitan, por tanto, suplantaciones.

#### - **Firmas digitales**

Mecanismo criptográfico que realiza una función similar a una firma escrita. Se utiliza para verificar el origen y contenido de los mensajes. Por ejemplo en un e-mail se puede verificar quien lo firmó y que los datos no fueron modificados después de ser firmados. Entre las ventajas se encuentran: evita que la transacción sea alterada por terceras personas sin saberlo.

#### - **Secure Domain Secure**

Ha sido desarrollado por Visa para verificar que el comprador está autorizado a utilizar la tarjeta de crédito que le proporciona al vendedor y proveer mayor seguridad a las transacciones de comercio electrónico. Su nombre comercial es Verified by Visa.



Entre las ventajas se encuentran: este protocolo evita el uso fraudulento de las tarjetas de crédito a través de Internet, el cual puede generar grandes pérdidas a los comerciantes y molestias a los usuarios cuyas tarjetas son utilizadas de forma ilegítima; el comprador se siente seguro pagando con este sistema que exige un plus de su parte a la hora de pagar, con lo cual, si le roban la tarjeta tiene la garantía de que al ladrón le será más difícil comprar con ella. Entre las desventajas se encuentran: causa importantes caídas en el ratio de conversión de visitas a ventas; el hecho de que se reduzcan las ventas es un motivo poderoso que ha provocado que muchas tiendas decidan no usarlo y que sea un factor importante de negociación con las entidades financieras proveedoras del servicio.

- **Enterprice Security**

Es una solución adaptable y compatible entre plataformas, que permite a los usuarios proteger la correspondencia electrónica, las transacciones en línea y los archivos de datos mediante su cifrado de forma que únicamente los destinatarios previstos puedan descifrar su contenido.

Entre las ventajas se encuentran: fácil de utilizar que incluso el usuario poco expertos pueden aprender a cifrar, descifrar, crear firmas digitales y verificar mensajes y archivos en cuestión de minutos; permite a los usuarios proteger la correspondencia electrónica, las transacciones en línea y los archivos de datos mediante su cifrado de forma que únicamente los destinatarios previstos puedan descifrar su contenido. Entre las desventajas más comunes están: fácil de adivinar; pueden ser infiltrados o utilizar fuerza bruta; los usuarios tienden a olvidar su contraseña o incluirlos en notas adhesivas publicado en su monitor o debajo del teclado.



## **2.2. Tipos de contratos en principales mercados de venta online**

Como quedó apuntado en el capítulo anterior los contratos electrónicos son acuerdos de voluntades celebrados a través de medios electrónicos por los cuales las partes establecen de forma volitiva obligaciones exigibles.

Al contrario de la opinión mayoritaria, los contratos electrónicos no son un tipo de contrato especial; ni son contratos referidos a bienes o servicios tecnológicos. El contrato electrónico es el contrato tradicional celebrado a través de medios electrónicos. Sin embargo, si bien no constituyen por sí mismos figuras jurídicas diferentes a las clásicas, les son de aplicación ciertos requisitos adicionales en materia de información, plazos, forma, obligaciones y derechos que se estipulan para los contratos tradicionales establecidos en el Código Civil y en el Código de Comercio de Guatemala. Con el fin de hacer más didáctico el estudio de dichos requisitos adicionales, se usará la siguiente clasificación de contratos:

### **2.2.1. Por su forma de ejecución**

Dentro de esta clasificación se pueden mencionar el contrato de comercio electrónico directo y el contrato de comercio electrónico indirecto.

#### **- Contrato de comercio electrónico directo**

Aquel que permita la entrega virtual de bienes inmateriales o la prestación de servicios que no precisen de presencia física de su prestador. Esta entrega o prestación puede ser, a su vez, inmediata o diferida. Ejemplos: adquisición de licencias de uso de programas



informáticos o derechos sobre canciones y vídeos o la contratación de servicios de hosting, gestión de pagos, y servicios virtuales.

#### - **Contrato de comercio electrónico indirecto**

Aquel que requiere la entrega física de bienes materiales o la prestación presencial. Su ejecución es necesariamente diferida. Ejemplos: compra de cartuchos de tinta, contratación de pintor de casas, contratación de servicios jurídicos.<sup>15</sup>

Se considera que los tipos de contratos en mención tienen son muy frecuentes entre los contratantes, en virtud de que los bienes que se adquieren generalmente no tienen existencia física, es decir son incorpóreos, pero ello no significa que queden aislados del tráfico comercial, por el contrario, es una forma moderna de contratación con el auge de los medios electrónicos.

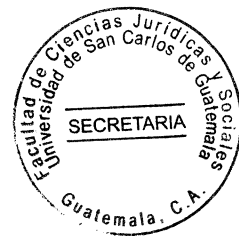
#### **2.2.2. Por la emisión de las declaraciones**

Dentro de esta segunda clasificación se pueden mencionar el contrato electrónico puro, contratos retroactivos, contratos interactivos y contrato electrónico mixto, los cuales se describen a continuación:

---

<sup>15</sup> <http://www.pabloburgueno.com/2010/06/tipos-y-clasificacion-de-contratos-electronicos/> (Consultado: 07 de junio de 2015).





- **Contrato electrónico puro**

Las declaraciones de voluntad se manifiestan íntegramente a través de medios electrónicos tales como el correo electrónico las páginas interactivas.

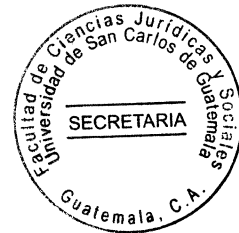
- **Contratos Reactivos**

Exigen de las partes el uso de herramientas adicionales de comunicación para poder llevar a cabo la contratación. Son los más comunes en sistemas de micro pagos, contratación de servicios personalizados y venta por catálogo. Ejemplos: Contratación a través de e-mail, Suscripción a servicios por medio del envío de SMS.

- **Contratos Interactivos**

El lugar en que se encuentra la oferta permite por sí mismo efectuar la contratación. Algunas modalidades de estos contratos son: Contratos click, en los cuales la formalización del contrato exige del aceptante una manifestación expresa de voluntad, que otorga pulsando el botón que se indica a tal efecto y que habitualmente contiene la palabra **Acepto**.

Como ejemplo de lo anterior se puede mencionar que la aceptación por medio click de las condiciones de uso de una red social online. Por otra parte están los contratos browse, el cual se formaliza con el mero acceso a la página web o sitio, sin necesidad de aceptación expresa. Ejemplos: Aceptación tácita de las condiciones de uso de una página web o de su aviso legal.



## - **Contrato electrónico mixto**

La contratación combina sistemas electrónicos de manifestación de voluntad con otros tradicionales. Ejemplo: Descarga de formulario de solicitud de pedido para su envío por fax o correo postal.<sup>16</sup>

Después de haber analizado esta segunda clasificación, se puede inferir que en estos contratos lo fundamental es el consentimiento, pues como elemento esencial del negocio jurídico es indispensable tomarlo en cuenta en toda modalidad de contratación, porque de éste es que puede devenir la validez o ineficacia del contrato.

### **2.2.3. Por los sujetos que son parte del contrato electrónico**

Dentro de esta clasificación se puede encontrar el contrato de consumo y el contrato mercantil, los cuales se desarrollan a continuación:

## - **Contrato electrónico de consumo**

El contrato será de consumo cuando en él participe al menos un consumidor o usuario.

Ejemplo: compra de billetes de vuelo a través de una página web.

---

<sup>16</sup> <http://www.pabloburgueno.com/2010/06/tipos-y-clasificacion-de-contratos-electronicos/> (Consultado: 07 de junio de 2015).

## - **Contrato electrónico mercantil**

El contrato será mercantil cuando todas las partes contratantes sean empresarios o profesionales. Ejemplo: Compra-venta de madera para la fabricación de sillas.

### **2.2.4. Por la forma de pago**

Es importante hacer mención que esta clasificación sólo es aplicable a contratos onerosos, dentro de los mismos se pueden encontrar el contrato con pago electrónico, el contrato con pago tradicional.

## - **Contrato con pago electrónico**

El medio de pago elegido por las partes es el dinero electrónico. Los ejemplos más comunes son los siguientes: pago con tarjeta de crédito, transferencia bancaria, PayPal. Sin embargo, cada vez tienen más relevancia los pagos realizados con moneda privada en páginas web de comercio electrónico, subastas y MMORPGS; así en Second Life los pagos se realizan en Linden Dollars (L\$).

## - **Contrato con pago tradicional**

El medio de pago escogido es el dinero en efectivo o cheque, pudiéndose entregarse mediante su envío postal o contra reembolso.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> <http://www.pabloburgueno.com/2010/06/tipos-y-clasificacion-de-contratos-electronicos/> (Consultado 07 de junio de 2015).

### 2.3. Seguridad en contratos de compraventa en línea

La tendencia internacional es recoger en su normativa a los medios electrónicos seguros para permitir un desarrollo uniforme en los mercados. De existir incompatibilidades tecnológicas los mercados no se podrían integrar, es por ello que se hace necesario establecer reglas claras que no se conviertan en un obstáculo para uso en contratación, así como medidas que procuren la efectividad, protección y seguridad del contrato electrónico.

La doctrina: "existe un sistema de acreditación que es voluntario en virtud del cual el prestador de servicios de certificación demuestra que cuenta con las instalaciones, sistemas, programas informáticos y los recursos humanos necesarios para otorgar los certificados. Así mismo se refiere a las garantías que otorga la firma electrónica como la integridad del documento garantiza que los firmantes no podrán repudiarlo (no podrán negar su existencia y validez), técnicamente la firma electrónica es más segura que el papel, pues esta encriptada y es más difícil que plagiar."<sup>18</sup>

Así como en la compraventa tradicional existe seguridad jurídica para los contratantes como lo es la escritura pública o el documento privado en que se celebran en casos determinados, en la compraventa en línea el medio más seguro sin lugar a dudas es la firma electrónica, pues como afirma la autora citada es difícil plagiar, esto tiene sentido porque con este mecanismo se evita de algún tipo de falsedad material o ideológica que comúnmente se da en las compraventas en soporte de papel, pues el auge de la tecnología es de gran

---

<sup>18</sup> Arguedas Ysella. **Supuestos de derechos a los contratos electrónicos**. Pág. 80



importancia que se deben establecer más mecanismos para garantizarles a los contratantes la certeza jurídica que este método es confiable.

Lo anteriormente establecido tiene su sustento legal en el Acuerdo Gubernativo número 135-2009, emitido por el Presidente de la República de Guatemala, el cual contiene el Reglamento de la Ley Para El Reconocimiento De Las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, que en el Artículo 3 preceptúa: "... Los actos y contratos otorgados o celebrados por personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, suscritos por medio de firma electrónica, serán válidos de la misma manera y producirán los mismos efectos que los celebrados por escrito y en soporte de papel. Dichos actos y contratos se reputarán como escritos, en los casos en que la ley exija que los mismos consten por escrito, y en todos aquellos casos en que la ley prevea consecuencias jurídicas cuando constan por escrito..."

#### **2.4. Firma electrónica**

La revolución tecnológica de finales del último siglo, especialmente en el campo electrónico y digital, trajo consigo un gran cambio en la forma de comunicación, de transmisión de la información, de trabajo y en general, ha afectado todas las actividades humanas.

Este cambio ha impactado también en las estructuras jurídicas y ha puesto en crisis conceptos normativos pacíficamente aceptados por la doctrina y la jurisprudencia durante mucho tiempo, pero el derecho es evolutivo por naturaleza y debe adaptarse a los cambios y proveer a la sociedad del marco jurídico necesario para hacer relevante el uso de estas nuevas tecnologías. El elemento base de este movimiento a nivel global, que permite el desarrollo del comercio internacional con una celeridad desconocida hasta ahora y brinda



seguridad a las transacciones, es la firma digital y la certeza que de ella emana. Los países que han legislado en la materia equipararan la firma electrónica o digital a la tradicional firma manuscrita u ológrafa, que tiene características propias, la principal de ellas es que es aceptada legalmente, esto quiere decir que si una persona firmó un documento adquiere tanto los derechos como las obligaciones que de él deriven y si no cumple con obligaciones a su cargo, el tenedor del documento puede demandar judicialmente el cumplimiento. La autoridad competente acepta las responsabilidades adquiridas con sólo calificar a la firma como válida.

#### **2.4.1. Definición de firma electrónica**

El Artículo 2 la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas define lo que es la firma electrónica de la siguiente manera: "...Los datos en forma electrónica consignados en una comunicación electrónica o adjuntados o lógicamente asociados al mismo, que pueden ser utilizados para identificar al firmante con relación a la comunicación electrónica e indicar que el firmante aprueba la información recogida en la comunicación electrónica..."

#### **2.4.2. Efectos jurídicos de la firma electrónica**

El Artículo 33 de la Ley Para El Reconocimiento De Las Comunicaciones y Firmas Electrónicas en su parte conducente preceptúa: "...la firma electrónica tendrá el mismo valor jurídico que la firma manuscrita en relación con los consignados en papel y será admisible como prueba en juicio, valorándose ésta, según los criterios de apreciación establecidos en las normas procesales..."

De la transcripción del citado Artículo se puede establecer que el valor probatorio es idéntico al de la firma autógrafa, esto es así porque no tendría sentido que existiera la regulación legal de la firma electrónica y no sirviera de nada, quiere decir entonces que de acuerdo al sistema de la sana crítica que impera en el ámbito procesal se le puede dar el valor probatorio y formal a esta clase de firma, pues como se dijo anteriormente la tecnología impera en todos los ámbitos del derecho.

## **2.5. Seguridad y protección de datos**

Al igual que en los contratos celebrados en soporte de papel, es indispensable garantizar la protección de datos ahí establecidos para mayor seguridad jurídica de los contratantes, pues si bien es cierto existe el consentimiento en los contratos de compraventa en línea, los mismos deben garantizarle con toda certeza a los otorgantes que este es un modo confiable de formalizar negocios jurídicos. Como afirma la autora Ysella Arguedas que: “se debe salvaguardar los datos contra la posible utilización por terceros en forma no autorizada y evitar así que se le afecte en su entorno personal, social o profesional, en los límites de su intimidad.”<sup>19</sup>

La Constitución Política de la República de Guatemala en el Artículo 24 primer párrafo en su parte conducente preceptúa: “...Se garantiza el secreto de la correspondencia y de las comunicaciones telefónicas, radiofónicas, cablegráficas y otros productos de la tecnología moderna...”

---

<sup>19</sup> **Ibíd.** Pág. 81



De la transcripción del Artículo anteriormente citado se puede deducir que se protege los contratos en línea, aunque el mismo no lo regule expresamente, sin embargo, en la última frase deja abierta la posibilidad de proteger los contratos por internet, aunado a esto también se debe hacer mención del Artículo segundo del mismo cuerpo legal el cual establece que se le debe proteger a la persona como uno de los deberes del Estado de Guatemala.

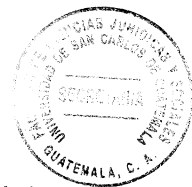
En conclusión, se puede decir que los datos que merecen especial protección son aquellos que tienen especiales obligaciones respecto de los mismos, tales como obtener consentimiento expreso y por escrito, (condición de licitud) para que este pueda controlar, cuando dónde y cómo se puedan tratar sus datos.

Es importante hacer mención a lo anterior porque en los contratos de compraventa por internet se deben de llenar formularios en los cuales hay que consignar datos personales que a veces pueden ser confidenciales y ante esta situación existe un riesgo para el contratante que lejos de beneficiarle vendría a perjudicarlo, por esta razón es que se debe garantizar la seguridad a las partes contratantes.

## **2.6. Dinero electrónico**

Se define como dinero electrónico: "al valor o producto pre-pagado, donde el registro de los fondos o valor disponible al consumidor (que se puede utilizar para pagos) está almacenado en dispositivos electrónicos, tales como los monederos electrónicos (tarjetas pre-pago), las computadoras y los teléfonos celulares. Se utiliza como medio de pago en transacciones de bajo valor con entidades diferentes al emisor del dinero electrónico. El dinero electrónico es una innovación que puede mejorar la inclusión financiera, pues acerca los servicios de pagos





a las personas de bajos ingresos y que viven alejadas de zonas urbanas, sin necesidad de crear una infraestructura física de agencias.”<sup>20</sup>

### **2.6.1. ¿Cómo funciona el dinero electrónico?**

El sistema permitirá realizar pagos en dólares de los Estados Unidos de América a través de teléfonos celulares sin la necesidad de contar con Internet, ni con una cuenta en una entidad financiera. El dinero electrónico funcionará como un medio de pago más de la moneda en circulación usada con absoluta confianza por toda la ciudadanía y podrá ser canjeado en todo momento por dinero físico.

Cualquier ciudadano, sin importar su condición social y económica, podrá de forma voluntaria aperturar una cuenta de dinero electrónico y acceder al sistema desde cualquier dispositivo móvil activado por las operadoras autorizadas en el país, o, desde cualquier computador con punto de Internet.

---

<sup>20</sup> <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-153/moneda-153-04.pdf> (Consultado el 21 de junio de 2015).



## CAPÍTULO III

### 3. Obligaciones de los consumidores al aceptar contrato de compra venta en línea

Previo a establecer los derechos y obligaciones de los consumidores en la aceptación del contrato de compraventa en línea es indispensable hacer algunas consideraciones del tema de las obligaciones de los consumidores en general. En este orden de ideas se puede decir que la cuestión de la defensa de los consumidores es uno de los temas clave en la sociedad moderna, precisamente calificada como sociedad de consumo. Pero se debe tomar en cuenta que en un momento determinado la problemática surgió como mera defensa o protección, hoy esa problemática, debe enfocarse con una perspectiva más amplia y más profunda esta perspectiva debe contemplar la defensa del consumidor y usuario, pero también la promoción del consumidor.

Los derechos de los consumidores se enmarca dentro de una rama del derecho que se denomina derecho de consumo, la cual se define de la siguiente manera: "el conjunto de normas que tienden al restablecimiento de la libertad contractual o libertad privada, de la libre prestación del consentimiento en una economía de mercado. Es decir, a la válida declaración de voluntad unida a la noción de equilibrio."<sup>21</sup>

El autor citado hace referencia a que el derecho de consumo enseña toda esa gama de normas jurídicas que van a proteger a los consumidores en la libertad de contratación de algún bien o algún servicio, si bien es cierto el tema tiende a ser estudiado por el derecho

---

<sup>21</sup> Aguilar. **Op. Cit.** Pág. 121



mercantil, también en el derecho común es de gran importancia esta rama del derecho, pues al hablar de libertad de contratación deja abierta la posibilidad de comprar y vender cualquier bien o prestar cualquier servicio no importa si es en masa o de manera aislada (pues esta es la diferencia entre comerciantes y no comerciantes).

En Guatemala el derecho de consumo se encuentra regulado en el Artículo 119 literal i) de la Constitución Política de la República de Guatemala, el cual preceptúa: "...Son obligaciones fundamentales del Estado: ...i) La defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos..."

La norma anteriormente citada no es más que un complemento al Artículo 43 del mismo cuerpo legal que regula la libertad de industria, comercio y trabajo. Ello quiere decir que la defensa de los consumidores hay que regularla en el marco de la libertad de empresa y su traducción jurídica, es decir la libertad contractual, pues existen dos principios reconocidos dentro del derecho de consumo que son: libertad empresarial y defensa de los consumidores, traducido en límites a aquélla y en la exigencia de responsabilidad cuando se produzcan daños a la vida, la salud o los legítimos intereses económicos de éstos. También la protección a los consumidores y usuarios conlleva el derecho a una información adecuada y veraz a la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno.

### **3.1. Derechos y obligaciones de los consumidores en la legislación guatemalteca**

Los derechos de los consumidores tienen su regulación en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario que en el Artículo 4 preceptúa:



“Derechos de los consumidores y usuarios....son derechos de los consumidores y usuarios:

a) la protección a su vida, salud y seguridad en la adquisición, consumo y uso de bienes y servicios; b) la libertad de elección del bien o servicio; c) la libertad de contratación; d) la información veraz, suficiente, clara y oportuna sobre los bienes y servicios, indicando además si son nuevos, usados o reconstruidos, así como también sobre sus precios, características, calidades, contenido y riesgos que eventualmente pudieren presentar; e) la reparación, indemnización, devolución de dinero o cambio del bien por incumplimiento de lo convenido en la transacción y las disposiciones de ésta y otras leyes o por vicios ocultos que sean responsabilidad del proveedor; f) la reposición del producto o, en su defecto, a optar por la bonificación de su valor en la compra de otro o por la devolución del precio que se haya pagado en exceso, cuando la calidad o cantidad sea inferior a la indicada...”

De la transcripción del citado Artículo se puede decir que la Ley de Protección al Consumidor y Usuario regula una gama de derechos que protegen al consumidor y usuario, pues el derecho de consumo protege preferentemente a estas personas pues son los más vulnerables a que se les afecte en sus derechos. Por su parte el Artículo 5 del mismo cuerpo legal preceptúa: “Obligaciones. Son obligaciones del consumidor o usuario: a) pagar por los bienes o servicios en el tiempo, modo, y condiciones establecidas en el convenio o contrato. Utilizar los bienes y servicios en observancia a su uso normal y de conformidad con las especificaciones proporcionadas por el proveedor y cumplir con las condiciones pactadas. b) prevenir la contaminación ambiental mediante el consumo racional de bienes y servicios.”

A pesar que la ley es tutelar de los consumidores y usuarios estos también tienen obligaciones que cumplir, pues en toda relación contractual existe la bilateralidad de los negocios que se celebran, pues al tenor del principio de pacta sunt Servando, lo cual quiere

decir que el contrato es ley entre las partes, estas deben cumplir con algunas obligaciones previamente establecidas, pues de no ser así devendría la ineficacia del negocio jurídico y se podría impugnar de nulidad el mismo. Esto es así por el principio de autonomía de la voluntad imperante en el derecho civil, pues lo primordial siempre será lo que las partes acuerden en un negocio jurídico o contrato.

### **3.2. Regulación de los derechos y las obligaciones de los consumidores en legislación internacional**

A nivel internacional es procedente citar los más tempranos criterios legislativos los cuales aparecen en el Código Civil italiano de 1942, primer texto legal preocupado por abordar la realidad de la situación, ya tras la segunda guerra mundial, de una serie de llamadas de atención de carácter político anticipo de una verdadera marea de leyes, en general calificables de proteccionistas. Nota común a la mayoría de ellas es que la parte adherente empieza a ser tratada uniformemente como consumidor e incluso la Asamblea General de las Naciones Unidas, en su resolución de 16 de abril de 1985, se pronuncia en el mismo sentido de reclamar la protección de los consumidores frente a los abusos que la utilización de los contratos uniformes pueden propiciar.

Por su parte el profesor Vladimir Aguilar menciona que, los puntos más destacados del nuevo derecho de la contratación de los destinatarios finales de bienes y servicios, en el Derecho comparado son los siguientes: "Los derechos de los consumidores y usuarios pueden ser ejercitados por los propios interesados y por las asociaciones y organizaciones de consumidores. Generalmente, las diferentes leyes, recogiendo el esquema que se suele denominar de intereses difusos o de acciones de clase, legitiman las asociaciones para



representar a sus asociados y ejercer las correspondientes acciones en defensa de los mismos. Basta, por consiguiente, la mera relación asociativa para que de ella derive, sin necesidad de especiales apoderamientos, la legitimación de la asociación para el ejercicio de acciones en virtud de un esquema que según la ley es representativo.

La ley faculta a las asociaciones para ejercitar acciones en defensa de los intereses generales de los consumidores. Por ejemplo, las asociaciones de consumidores pueden ejercitar acciones para hacer cesar una publicidad engañosa o para pedir la nulidad de las cláusulas abusivas contenidas en condiciones generales de la contratación. Más discutible es que puedan ejercitar acciones de resarcimiento de daños cuando no exista genuina relación representativa con las personas que hayan sufrido o padecido el daño.

Las diferentes leyes contienen una regulación de las condiciones generales de la contratación en los contratos de adhesión con los consumidores y usuarios, que establece una prohibición de las cláusulas que pueden considerarse abusivas con una expresa sanción de nulidad de las mismas y establece específicas reglas de interpretación de tales cláusulas.

Las leyes regulan lo que llaman oferta, promoción y publicidad de los productos o servicios, que debe, por supuesto, ser veraz y además ajustarse a la naturaleza, características y condiciones del producto o servicio. El contenido de las actividades de promoción y publicidad, las manifestaciones propias de cada producto o servicio y las condiciones y garantías serán exigibles por los consumidores o usuarios aun cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado”.<sup>22</sup> Las leyes generalmente establecen un sistema

---

<sup>22</sup> *Ibíd.* Pág. 126



de responsabilidad objetiva por los daños dimanantes de la utilización de los productos o servicios.

### **3.3. Procedimiento establecido en contratos para exigir derechos y cumplir obligaciones**

Generalmente los contratos mercantiles contienen una cláusula en la cual se regulan los mecanismos utilizados por las partes en caso de no cumplir con las estipulaciones del mismo. Aquí es donde entra en juego los mecanismos alternativos de solución de conflictos, generalmente es el arbitraje el que se incluye, pudiendo este ser a priori o a posteriori. En el primer caso es cuando el conflicto aún no ha surgido y las partes en conflicto acuden a centros de arbitraje debidamente establecidos para solucionar su conflicto; en el segundo caso se da cuando el conflicto ya surgió y deciden las partes igualmente someterse al arbitraje.

En materia de arbitraje existe un principio denominado independencia de la cláusula arbitral, el cual se encuentra regulado en el Artículo 21 numeral 1 de la Ley de Arbitraje el cual en su parte conducente preceptúa: "...un acuerdo que conste en una cláusula que forme parte de un contrato se considerará como un acuerdo independiente de las demás estipulaciones del contrato..."

Derivado a que el contrato es ley entre las partes, de lo regulado en el Artículo antes citado se puede decir entonces que el arbitraje puede estar incluido en una cláusula de un contrato, esto es importante mencionarlo pues no existen contratos de arbitraje, lo que sucede es que el arbitraje puede constar en una clausula y al tenor de la Ley de Arbitraje le da la



característica de un contrato, que es diferente. El profesor Guillermo Cabanellas define el arbitraje de la siguiente manera: “toda decisión dictada por un tercero con autoridad para ello, en una cuestión o un asunto.”<sup>23</sup>

El Artículo 4 numeral 1 de la Ley de Arbitraje define el acuerdo de arbitraje de la siguiente manera: “es aquel por virtud del cual las partes deciden someter a arbitraje todas o ciertas controversias que hayan surgido o puedan surgir entre ellas respecto de una determinada relación jurídica contractual o no contractual.”

Por su parte el Artículo 83 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario preceptúa: “Arbitraje de consumo. En la primera audiencia o en cualquier momento las partes podrán someterse voluntariamente al arbitraje de consumo, que se deberá formalizar de acuerdo con la Ley de Arbitraje, a su trámite y demás cuestiones aplicables.

De las definiciones de los Artículos citados se puede mencionar que el sistema arbitral de consumo, regulado en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, tiene como finalidad atender y resolver las controversias que hayan surgido o puedan surgir y con carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, las quejas o reclamaciones de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de la protección administrativa y judicial. Quiere decir entonces que la Ley de Arbitraje es la que se va a aplicar en caso de controversias entre los consumidores y usuarios con los proveedores.

---

<sup>23</sup> Cabanellas. **Diccionario jurídico elemental**. Pág. 36



### **3.4. Incumplimiento e implicaciones de la compraventa en línea**

La compraventa en línea no es más que una consecuencia del mundo globalizado, en el área mercantil encuadra perfectamente con la internacionalización y la rapidez del derecho mercantil, pues lo que el comerciante desea es obtener más ganancias en el mayor tiempo posible y las transacciones por internet parecen ser una buena opción para los comerciantes y para el caso de los consumidores a contratar algunos servicios. A continuación, se describen las implicaciones que pueden tener las transacciones por internet.

“Este tipo de compras ofrece ventajas significativas a los usuarios de una forma moderna de comercializar bienes y servicios mediante la utilización de la informática y las telecomunicaciones entre sus principales ventajas se destacan:

- a) La disponibilidad, significa adquirir un producto en cualquier momento del día sin dependencia de horarios comerciales de apertura.
- b) Comodidad, se puede adquirir productos desde casa o desde el lugar de trabajo, evitando desplazamientos.
- c) Rapidez, el acceso hacia los productos se realiza sin mayor demora o tramitaciones lentas y burocráticas.
- d) Mejores ofertas, pues en internet se pueden encontrar mejores ofertas, productos a un precio mucho más cómodo. Es un mercado mundial, pues se pueden localizar tiendas que se encuentran ubicadas en diferentes partes del mundo.



- e) Existe una gran variedad de productos, se pueden encontrar desde juguetes hasta electrodomésticos.
- f) Atención personalizada, porque se puede hacer contacto con el proveedor del servicio y pedir productos que se ajusten a nuestra medidas y necesidades personales.
- g) Detalle de los productos, se puede obtener un detalle sobre las características del producto o servicio que se desea adquirir, pedir opiniones de consumidores, solicitar demostraciones o compararlo con la competencia.

Una de las características fundamentales del comercio es la rapidez y eficacia en que se realizan las transacciones, esto es porque el objetivo en toda venta es obtener ganancias, pues la compraventa por internet, al igual que una compraventa entre partes presentes, busca la eficacia y comodidad para los contratantes, es por ello que comprar por internet ofrecen muchas ventajas; sin embargo como todo también tienen desventajas y hay que tener cierto cuidado especialmente en el caso las personas que no están plenamente familiarizadas con la red, ya que en el Internet se puede encontrar de todo y para realizar este tipo de compra es mejor hacerlo en un sitio reconocido y confiable. Hay que vigilar siempre que la dirección de la página web corresponda con lo habitual, debemos adelantarlos y prevenir cualquier tipo de práctica que pueda poner en riesgo nuestros datos. Ahora bien, las desventajas al realizar compras por el internet son:

- a) Problemas de envío, pues cuando se compra por internet hay que esperar cierto tiempo días, semanas e incluso meses para que nuestro artículo llegue a casa. Desconfianza, existe la desconfianza de cómo vendrá el paquete del artículo que



compramos si llegara bien, si no fuimos engañados, si llegara en buenas condiciones en fin las dudas son inevitables.

- b) No es posible ver el artículo antes de comprarlo, porque el comprador no puede tocar o probar el artículo y solo ve una fotografía del producto.
- c) Pago con tarjeta de crédito, pues para efectuar compras es necesario una tarjeta de crédito lo que genera desconfianza a los usuarios pues temen que, al proporcionar sus datos bancarios en la web, puedan ser víctimas de robo o estafa.”<sup>24</sup>

### **3.5. Principales sitios de compraventa en línea**

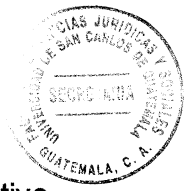
Con el auge de la tecnología se han incrementado los sitios donde se pueden comprar y vender productos en línea, a continuación, se presentan los más comunes:

#### **3.5.1. Ebay**

“Fue fundada en 1995 por Pierre Omidyar en San José, California; el primer artículo vendido fue un puntero láser inservible, por un precio de 1483 dólares. Omidyar contactó con el ganador de la subasta con el fin de averiguar si realmente éste entendía lo que había comprado. EBay es un sitio destinado a la subasta de productos a través de Internet. Es uno de los pioneros en este tipo de transacciones, habiendo sido fundado en el año 1995. Desde

---

<sup>24</sup> <http://nativos.com/compras-online-ventajas-desventajas/> (Consultado: 27 de junio de 2015).



2002 eBay es propietario de PayPal. Desde el 31 de marzo de 2008 el Director Ejecutivo (CEO) de eBay es John Donahoe.”

### **3.5.2. Amazon**

“Fundada por Jeff Bezos en 1994 y lanzada el 16 de julio de 1995, cadabra.com comenzó como una librería online. Tenía más de 200, 000 títulos y estos se podían pedir también por e-mail. Tiempo después fue re-bautizada como amazon, por el río sudamericano del mismo nombre. Como en ese momento circulaban listas ordenadas alfabéticamente, Amazon aparecería en los primeros lugares. Amazon Inc es una compañía estadounidense de comercio electrónico y servicios de cloud computing a todos los niveles con sede en Seattle, Estado de Washington. Su lema es and you're done (Traducido al español significa y terminaste). Fue una de las primeras grandes compañías en vender bienes a través de Internet. Amazon también posee Alexa Internet, a9.com, Shopbop, Kongregate, Internet Movie Database (IMDb), Zappos.com, DPreview.com, The Washington Post y Twitch.”<sup>25</sup>

### **3.5.3. Mercado libre**

Es una plataforma de comercio electrónico con operaciones en 12 países de América latina donde millones de usuarios compran y venden productos a través de Internet. En Mercado libre venden productos pequeñas y medianas empresas, productores, fabricantes, importadores, emprendedores, minoristas, mayoristas, individuos particulares, concesionarios, etc. Para vender en MercadoLibre es necesario registrarse en el sitio (sin

---

<sup>25</sup> <https://es.wikipedia.org/wiki/Amazon.com> (Consultado: 27 de junio de 2015)



costo) y completar un formulario de venta con todos los datos detalles y fotos del producto que se ofrece.

Mercado libre es una empresa argentina dedicada a la intermediación entre usuarios inscritos a su servicio de compras, ventas, pagos y subastas por Internet. Cuenta con operaciones en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Panamá, Perú, Portugal, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Los usuarios pueden vender tanto productos nuevos como usados a precio fijo o en la modalidad de subastas. Mercado libre también posee mercado pago, una compañía que ofrece diversas modalidades de cobro a los vendedores. Sus oficinas centrales se encuentran en Buenos Aires, Argentina.”<sup>26</sup>

### **3.6. El incumplimiento y soluciones**

Así como en los contratos de compraventa que se celebran en soporte de papel, en la compraventa en línea existe una gran posibilidad que alguna de las partes incumpla con lo pactado. Ante esta situación se analizará las posibles soluciones en caso de incumplimiento del contrato.

#### **3.6.1. Indemnización de daños y perjuicios**

La doctrina define los daños y perjuicios de la siguiente manera: “son una prerrogativa a la que tiene derecho la parte cumplida respecto de la incumplida, por las pérdidas y el deterioro patrimonial ocasionados a causa de la conducta de ésta última, dejando a la persona que ha

---

<sup>26</sup> **Ibíd.**



sufrido el daño en la misma circunstancia en la que se encontraría si no hubiera mediado una situación desfavorable.”<sup>27</sup>

Por su parte el Artículo 1434 del Código Civil define los daños y perjuicios de la siguiente manera: “Los daños consisten en las pérdidas que el acreedor sufre en su patrimonio, y los perjuicios son las ganancias lícitas que se dejan de percibir como consecuencia del daño...”

De lo afirmado por la autora y de lo establecido en el Código Civil se puede inferir que los daños y perjuicios no son más que la forma de indemnización a la parte que se le ha perjudicado en el contrato (generalmente el comprador). Esta indemnización será en dinero y está compuesta por el valor de la pérdida sufrida y el valor de la ganancia dejada de obtener, es decir, el daño emergente y el lucro cesante, excluyendo los daños punitivos.

### **3.7. La compraventa internacional**

En un mundo con creciente tendencia hacia la globalización, la necesidad de generar un ambiente de unificación no solo económico, sino también político, jurídico y social configura al comercio como el pilar fundamental de las relaciones que permiten una real y efectiva armonización internacional. Para tratar el tema de la compraventa internacional es necesario hacer referencia a la Convención de Viena sobre Compraventa Internacional de Mercaderías. En el año de 1926 se vio la necesidad de crear un Instituto que promoviera la armonización y unificación del derecho privado a nivel internacional, en la medida que se tornaba fundamental para el desarrollo del mismo; con tal fin se creó UNIDROIT (Instituto Para la Unificación de Derecho Privado).

---

<sup>27</sup> Bermeo Aceldas, Lorena. **Compraventa internacional de mercancías**. Pág. 145



Al interior de éste, entre los años de 1930 a 1934 surgió la iniciativa de uniformar la compraventa Internacional de Mercaderías, infortunadamente el proyecto se vio truncado por la situación bélica que azotó al mundo (Segunda Guerra Mundial). Sin embargo, en 1951 se realizó La Conferencia de la Haya sobre Derecho Internacional donde a petición de la UNIDROIT se retomó el estudio del tema.

La autora Lorena Bermeo define la compraventa internacional de la siguiente manera: “Es el contrato celebrado entre dos partes, conocidas como vendedor y comprador con establecimientos ubicados en diferentes Estados, por virtud del cual, la primera se obliga a entregar unas mercaderías transmitiendo su dominio, y la segunda se obliga a pagar el precio.”<sup>28</sup>

### **3.7.1. Principios de la compraventa internacional**

A continuación, se hará un breve análisis de los principios que inspiran la compraventa internacional de mercancías, que es la que generalmente se realiza a través de internet, entre estos se encuentran la buena fe, la intencionalidad y uniformidad:

#### **- Buena fe**

Es sabido que uno de los principios filosóficos que inspiran al derecho mercantil, en particular a la compraventa es el de la buena fe, bajo estos términos la autora Lorena Bermeo afirma

---

<sup>28</sup> **Ibíd.** Pág. 17

que: “la buena fe es una actitud de activa cooperación que lleva a cumplir la expectativa ajena, con una conducta positiva propia, la cual se desarrolla en favor de in interés ajeno.”<sup>29</sup>

#### - **Internacionalidad y uniformidad**

Implican que la interpretación del texto no se condiciona a regla alguna de carácter interno o nacional, pues la Convención regula relaciones comerciales de carácter internacional que son celebradas por personas de diferentes países y que, en consecuencia, sobrepasan el ámbito territorial. En virtud de lo anterior, la Convención debe interpretarse de manera autónoma, como una normatividad independiente que pese a ser ratificada y adoptada por el ordenamiento jurídico de cada país, no se rige por las leyes del mismo, sino por las propias reglas que ésta determina. Estos criterios de interpretación en principio permitirían que la Convención fuera aplicada de manera uniforme, por cuanto los países deberían sujetarse a éstos. Sin embargo, en la práctica, a pesar que la Convención exige que toda interpretación se realice según un criterio finalista de uniformidad, la ausencia de tribunales especializados en el tema, ha generado una diversidad de interpretaciones que soslayan el propósito de la Convención.

#### **3.7.2. Convenciones internacionales**

A continuación, se hará un breve análisis de convenciones que se relacionan con la compraventa internacional, para efecto de ilustrar de mejor manera la legislación a nivel internacional relacionadas con el tema y luego concatenarlo con la legislación guatemalteca.

---

<sup>29</sup> **Ibíd.** Pág. 18





Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías (Viena, 1980). Fecha de adopción: 11 de abril de 1980. Entrada en vigor: 1 de enero de 1988

La finalidad de esta Convención es prever un régimen moderno, uniforme y equitativo para los contratos de compraventa internacional de mercancías, por lo que contribuye notablemente a dar seguridad jurídica a los intercambios comerciales y a reducir los gastos de las operaciones.

El contrato de compraventa constituye el fundamento del comercio internacional en todos los países, independientemente de su tradición jurídica o de su nivel de desarrollo económico. Por esta razón, se considera que la Convención sobre la Compraventa es uno de los instrumentos clave del comercio internacional que debería ser adoptado por todos los países del mundo.

La Convención sobre la Compraventa es fruto de un esfuerzo legislativo que se inició a principios del siglo XX. En su texto se compaginan cuidadosamente los intereses del comprador con los del vendedor. Además, la Convención ha inspirado reformas del derecho de los contratos en varios países. Los Estados que adoptan la Convención disponen de una legislación moderna y uniforme que rige la compraventa internacional de mercancías y que se aplica a toda operación de compraventa concertada entre partes que tengan un establecimiento en alguno de los Estados contratantes. En tales casos, la Convención se aplica directamente, sin necesidad de recurrir a las reglas de derecho internacional privado para determinar la ley aplicable al contrato, lo cual contribuye notablemente a dar certeza y previsibilidad a los contratos de compraventa internacional.



Además, la Convención puede aplicarse a un contrato de compraventa internacional de mercaderías cuando en virtud de las reglas de derecho internacional privado la ley aplicable al contrato sea la de un Estado Contratante, o cuando las partes hayan convenido en ello, independientemente de si sus respectivos establecimientos se encuentren en un Estado Contratante. En tal caso, la Convención prevé un conjunto de normas neutrales que pueden ser de fácil aceptación habida cuenta de su carácter transnacional y de la existencia de abundante material interpretativo.

Por último, las pequeñas y medianas empresas y los comerciantes de países en desarrollo suelen tener poco acceso a asesoramiento jurídico al negociar un contrato. Esto los hace más vulnerables a los problemas causados por los contratos que no regulan adecuadamente las cuestiones de la ley aplicable. Esas empresas y esos comerciantes también pueden encontrarse en situación de desventaja como partes contratantes y experimentar dificultades por la falta de equilibrio entre las partes. Por consiguiente, esos comerciantes se beneficiarían especialmente de la aplicación a título supletorio del régimen equitativo y uniforme de la Convención sobre la Compraventa a los contratos que entraran en su ámbito de aplicación.

La Convención sobre la Compraventa rige los contratos de compraventa internacional de mercancías entre empresas privadas, con excepción de las ventas a consumidores y las ventas de servicios, así como las ventas de tipos concretos de mercancías. La Convención se aplica a los contratos de compraventa de mercancías concertados entre partes cuyos establecimientos se encuentren en distintos Estados Contratantes o cuando en virtud de las reglas de derecho internacional privado deba aplicarse la ley de un determinado Estado Contratante.



La Convención también puede ser aplicable cuando las partes hayan convenido en ello. Determinadas cuestiones de la compraventa internacional de mercancías, como la validez del contrato y los efectos del contrato sobre la propiedad de los bienes vendidos, no entran en el ámbito de la Convención. La segunda parte de la Convención regula la formación del contrato, que se concierta mediante una oferta y su aceptación. La tercera parte de la Convención trata de las obligaciones de las partes en el contrato. Entre las obligaciones de los vendedores figuran las de entregar las mercancías conforme a la cantidad y la calidad estipuladas en el contrato, así como en documentos conexos, y la de transferir la propiedad de los bienes.

Por su parte, los compradores están obligados a pagar el precio estipulado y a recibir las mercancías entregadas. Además, esta parte de la Convención prevé reglas comunes sobre las vías de recurso aplicables en caso de incumplimiento del contrato. La parte agraviada puede exigir el cumplimiento del contrato, reclamar daños y perjuicios o declarar resuelto el contrato en caso de incumplimiento esencial. En disposiciones suplementarias se regula la transmisión del riesgo, el incumplimiento previo del contrato, los daños y perjuicios, y la exención del deber de cumplir el contrato. Por último, si bien la Convención deja en manos de las partes la forma que ha de revestir el contrato, los Estados pueden formular una declaración en la que requieran que el contrato figure por escrito.

La Convención sobre la Compraventa es únicamente aplicable a las operaciones internacionales y su vigencia impide que los contratos que entran en su ámbito de aplicación se rijan por reglas de derecho internacional privado. Los contratos internacionales que no entren en el ámbito de aplicación de la Convención, así como los contratos en los que las partes hayan convenido en la aplicación de otra ley, no se verán afectados por la



Convención. Los contratos de compraventa puramente nacionales tampoco se verán afectados por la Convención y seguirán rigiéndose por el derecho interno. La adhesión de una parte a la Convención no tiene consecuencias financieras para los Estados Contratantes. Además, para su administración a nivel nacional no se requiere ningún órgano específico y tampoco se impone la obligación de comunicar información.

Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales. Fecha de adopción: 23 de noviembre de 2005. Entrada en vigor: 1 de marzo de 2013. La Convención sobre las Comunicaciones Electrónicas tiene por objeto facilitar la utilización de las comunicaciones electrónicas en el comercio internacional garantizando que los contratos concertados electrónicamente y las comunicaciones intercambiadas por medios electrónicos tengan la misma validez y sean igualmente ejecutables que los contratos y las comunicaciones tradicionales sobre papel.

Existen algunos requisitos formales, previstos en tratados de derecho mercantil internacional de amplia difusión, como la Convención sobre el Reconocimiento y la Ejecución de las Sentencias Arbitrales Extranjeras y la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías, que pueden obstaculizar una amplia utilización de las Comunicaciones Electrónicas.

Con la Convención sobre las Comunicaciones Electrónicas se han querido eliminar esos obstáculos formales estableciendo una equivalencia entre la forma electrónica y la forma escrita. Además, esa Convención cumple otros objetivos, como el de facilitar la utilización de las comunicaciones electrónicas en el comercio internacional. Así pues, la Convención tiene la finalidad de fomentar la armonización de las reglas aplicables al comercio electrónico



y de promover la uniformidad en la adopción de instrumentos nacionales basados en leyes modelo de la CNUDMI relativas al comercio electrónico, así como de actualizar y complementar ciertas disposiciones de esas leyes modelo teniendo en cuenta las prácticas recientes. Por último, la Convención puede ser útil para los países que aún no hayan adoptado disposiciones sobre comercio electrónico ofreciéndoles una legislación moderna, uniforme y cuidadosamente redactada.

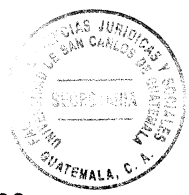
La Convención sobre las Comunicaciones Electrónicas se basa en instrumentos redactados anteriormente por la Comisión y, en particular, en la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico y la Ley Modelo de la CNUDMI sobre las Firmas Electrónicas. Se considera en general que esos instrumentos constituyen textos legislativos que fijan la pauta al establecer los tres principios fundamentales de la legislación sobre comercio electrónico, que se plasman también en la Convención, a saber, la no discriminación, la neutralidad respecto de los medios técnicos y la equivalencia funcional.

La Convención es aplicable a todas las comunicaciones electrónicas intercambiadas entre partes cuyos establecimientos estén situados en Estados diferentes y cuando al menos una de esas partes tenga su establecimiento en un Estado Contratante. También puede ser aplicable por elección expresa de las partes. Se excluyen del ámbito de aplicación de la Convención los contratos concertados con fines personales, familiares o domésticos, como los relacionados con el derecho de familia y el derecho que rige las sucesiones, así como determinadas operaciones financieras, títulos negociables y documentos de titularidad. Como ya se ha señalado, la Convención enuncia los criterios para establecer la equivalencia funcional entre las comunicaciones electrónicas y los documentos sobre papel, así como entre los medios electrónicos de autenticación y las firmas manuscritas (Artículo 9). Del

mismo modo, la Convención define el tiempo y el lugar de envío y de recepción de las comunicaciones electrónicas, ajustando las reglas que tradicionalmente regían esos conceptos jurídicos al contexto electrónico e introduciendo elementos innovadores con respecto a las disposiciones de la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico (Artículo 10).

Además, la Convención establece el principio general de que no se negará validez a una comunicación solamente porque se haya realizado por medio electrónico (Artículo 8). Concretamente, dada la proliferación de los sistemas automatizados de mensajes, la Convención reconoce la fuerza ejecutoria de los contratos celebrados a través de esos sistemas, inclusive cuando ninguna persona física haya revisado los actos realizados a través de los sistemas (Artículo 12). La Convención aclara además que toda propuesta de celebrar un contrato cursada por medios electrónicos y no dirigida a una o varias partes determinadas se considerará una invitación a negociar, y no una oferta cuya aceptación la haga vinculante para la parte que la haya formulado, de conformidad con la disposición correspondiente de la Convención sobre la Compraventa Internacional de Mercaderías (Artículo 11). Además, la Convención prevé remedios en caso de que una persona física cometa un error al introducir la información en sistemas automatizados de mensajes.

La aplicabilidad de la Convención a una determinada operación comercial internacional se determinará en función de las reglas jurídicas del Estado del foro (*lex fori*) que aplique el tribunal de ese Estado que esté llamado a dirimir la controversia. Así pues, si las reglas de derecho internacional privado de ese Estado requieren la aplicación del derecho sustantivo de un Estado Contratante para resolver la controversia, la Convención será aplicable como derecho de ese Estado Contratante, independientemente del lugar en que se encuentre el tribunal. La Convención también será aplicable cuando las partes en un contrato hayan



convenido válidamente en que las disposiciones de la Convención constituirán el derecho aplicable al contrato.

Además, los Estados podrán también plantearse adoptar las disposiciones de la Convención a nivel interno. Esa decisión promovería la uniformidad, al ahorrar recursos judiciales y legislativos, e incrementaría la seguridad jurídica respecto de las operaciones comerciales, especialmente habida cuenta del auge de la utilización de aparatos móviles para realizar operaciones electrónicas. La adopción de la Convención se recomienda especialmente a los Estados que aún no hayan promulgado legislación en materia de comercio electrónico. Por lo demás, las comunicaciones puramente nacionales no se verán afectadas por la Convención y seguirán rigiéndose por el derecho interno.

La adhesión a la Convención no entraña ningún tipo de consecuencias financieras y para su administración a nivel nacional no se requiere ningún órgano específico. Además, la adopción de este tratado no impone obligaciones de comunicación de información.

## CAPÍTULO IV

### 4. Necesidad de regular el contrato de compraventa en línea en Guatemala

Hoy en día, no se debe descuidar el hecho que el desarrollo tecnológico, económico y social, esta implementado en el ejercicio del comercio, el uso de Internet. Las nuevas tecnologías de la comunicación, vienen condicionando desde hace poco tiempo, el modo como se efectúan las operaciones comerciales.

A efectos jurídicos, Internet es solo un medio a través del cual, demandantes y oferentes de bienes y servicios se encuentran y alcanzan acuerdos comerciales. Comerciar en la red puede facilitar la expansión de un negocio, ampliando exponencialmente la cartera de clientes y la oferta de bienes y servicios.

Internet se muestra como la alternativa al comercio tradicional, porque es importante conocer aquellas particularidades legales aplicables ha dicho medio de comunicación al objeto de aprovechar las posibilidades que las nuevas tecnologías de la comunicación ofrecen al mundo empresarial.

Como parte del mundo globalizado, el internet ha contribuido al desarrollo de muchas áreas, siendo una de ellas el comercio internacional a través de medios electrónicos. La tendencia de comprar a través de internet es cada vez mayor, utilizando gran cantidad de páginas web que cuentan con diversidad de productos. Esto hace que el derecho deba ser dinámico y prepararse a las nuevas figuras que nacen a raíz del avance científico y tecnológico y facilitar el vivir social.





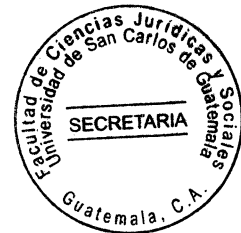
Generalmente en las compras en línea, solo se piensa en adquirir el producto y en pagar el precio justo por el mismo, sin embargo, se deja a un lado las obligaciones y derechos que se adquieren al aceptar el contrato de compraventa que establece la empresa intermediaria. En cualquier insatisfacción que se manifieste es importante que el consumidor conozca cuáles son los derechos que la ley le ofrece y la forma en que debe aplicarlos.

#### **4.1. Bases para la regulación**

El contrato de compraventa es uno de los más utilizados en la actualidad, es innegable también el uso de la tecnología y en la actualidad, la combinación de ambos es imprescindible para el desarrollo del comercio. La ausencia de legislación nacional respecto a la compraventa en línea y las exigencias legales de utilización de soporte papel con firma manuscrita dificultan el desarrollo de nuevas y modernas aplicaciones informáticas que permitan mejorar la productividad y reducir los costes de las organizaciones.

Es de advertir que las redes abiertas como Internet revisten cada vez mayor importancia para la comunicación mundial. Estas redes permiten una comunicación interactiva entre interlocutores que no necesariamente han entablado previamente relación alguna.

La compraventa en línea brinda al país una excelente oportunidad para avanzar en su integración económica con los demás países. Para llegar a esta integración es necesario entonces un alto grado de homogeneidad normativa para fomentar la comunicación y la actividad empresarial por redes abiertas con las naciones del mundo, al facilitar el libre uso y prestación de servicios relacionados con la firma digital y el desarrollo de nuevas actividades económicas vinculadas con la compraventa por internet.



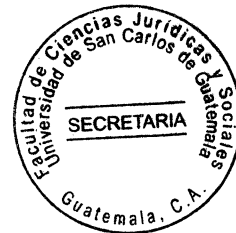
## 4.2. Principales regulaciones guatemaltecas para el contrato de adhesión

En los capítulos que anteceden se ha venido explicando que el contrato es ley entre las partes, que uno de los principios más importantes en materia contractual es el de autonomía voluntad, el cual establece que las partes tienen libre albarillo para perfeccionar el mismo. Por otra parte, es importante resaltar también que, en atención al principio de la buena fe, las partes deben contratar sin presiones de ninguna índole, es decir que no exista ardid o engaño para inducir a error al otro contratante.

Lo anteriormente establecido debe observarse en todo contrato sea este civil o mercantil. Esto es importante resaltarlo porque hay ocasiones en que el principio de la autonomía de la voluntad se ve coartado pues las partes contratantes no siempre saben las estipulaciones de los contratos, es decir que solamente una de las partes es la que fija las condiciones y la otra no tiene más remedio que aceptar.

A pesar que la frecuencia de uso es mayor cada día, los usuarios del servicio, desconocen sus derechos y obligaciones a que están sujetos, cuando crean su usuario y realizan transacciones, aceptando los términos que el contrato de la empresa establece, esto en cierta manera es violatorio a los derechos de las personas, pues las empresas privadas se aprovechan muchas veces del desconocimiento de la población.

En la medida en que así lo permita la legislación aplicable, el usuario acepta asumir la responsabilidad que proceda por todas las actividades realizadas desde su cuenta o contraseña. Muchas veces se desconoce que se debe hacer cuando el usuario está insatisfecho con el producto recibido o con algún cobro adicional que no está de acuerdo.



#### **4.2.1. Ley para el reconocimiento de las comunicaciones y firma electrónica**

A continuación, se hará un breve análisis de la misma, iniciando con el espíritu de la ley, el objeto y ámbito de aplicación.

##### **- Espíritu de la ley**

La Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas fue creada en virtud que el Estado debe mantener, reforzar y aplicar políticas y acciones que permitan una mayor participación en la dinámica y beneficios del desarrollo económico y social libre, la modernización, los procesos económicos sin trabas ni obstáculos. También por la inmersión masiva de la tecnología y porque se necesita de una ley que permita la facilitación del comercio electrónico.

##### **- Ámbitos de aplicación**

La ley se aplica a todo tipo de comunicación electrónica, transacción o acto jurídico nacional o internacional, público o privado, este es el ámbito material. Por su parte el ámbito personal es para cualquier persona que desee contratar utilizando el comercio electrónico, así como el Estado y sus instituciones.

##### **- Contratos de adhesión**

Si bien es cierto la mencionada ley no regula expresamente los contratos de adhesión, la misma en el Artículo 15 preceptúa: "...en la formación de un contrato por particulares o



entidades públicas, salvo acuerdo expreso entre las partes, la oferta y su aceptación podrán ser expresadas por medio de una comunicación electrónica. No se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación una o más comunicaciones electrónicas.”

De la transcripción del citado Artículo se puede establecer que los contratos electrónicos tienen la misma validez jurídica que un contrato en soporte de papel, generalmente si esto es así también existen los contratos mediante formularios en donde las estipulaciones ya están previamente elaboradas y de allí es donde surge el conflicto al aceptar el contrato, pues dichas cláusulas pueden estar redactadas en términos ambiguos o contradictorios.

#### **4.2.2. Código civil**

En el Código Civil únicamente se hace referencia a los contratos de adhesión en el Artículo 1520 el cual preceptúa: “Los contratos de adhesión en que las condiciones que regulan el servicio que se ofrece al público son establecidas solo por el oferente, quedan perfectos cuando la persona que usa el servicio acepta las condiciones impuestas. Las normas y tarifas de estos negocios deben ser previamente aprobadas por el ejecutivo, para que pueda actuar la persona o empresa que hace la oferta incurriendo en responsabilidad en caso contrario...”

#### **4.2.3. Código de comercio**

En el Código de Comercio de Guatemala se encuentran regulados los contratos de adhesión en el Artículo 672 el cual preceptúa: “Contratos mediante formularios. Los contratos



celebrados en formularios desinados a disciplinar de manera uniforme determinadas relaciones contractuales, se regirán por las siguientes reglas: 1) se interpretarán en caso de duda en el sentido menos favorable para quien haya preparado el formulario. 2) cualquier renuncia de derecho solo será válida si aparece subrayada o en caracteres más grandes o diferentes que los del resto del contrato. 3) las cláusulas adicionales prevalecerán sobre las del formulario, aun cuando éstas no hayan sido dejadas sin efecto.

Por su parte el Artículo 673 del mismo cuerpo legal preceptúa: "Contratos mediante pólizas. En los contratos mediante una póliza, factura, orden, pedido o cualquier otro documento similar suscrito por una de las partes, si la otra encuentra que dicho documento no concuerda con su solicitud, deberá pedir la rectificación correspondiente por escrito..."

De la transcripción anterior se puede establecer que el Código de Comercio de Guatemala no regula expresamente los contratos de adhesión bajo ese nombre, sin embargo de la lectura y análisis de los Artículos citados se puede decir que los contratos mediante pólizas y mediante formularios son contratos por adhesión, porque generalmente una de las parte es la que redacta las estipulaciones sin que la otra parte las pueda modificar, es por esta razón que se le da una protección jurídica preferente a la parte más vulnerable de la relación contractual, esto es para cumplir con los deberes del Estado establecidos en el Artículo 2º de la Constitución Política de la República de Guatemala.

#### **4.2.4. Ley de protección al consumidor y usuario**

El Congreso de la República aprobó la Ley de Protección al Consumidor y Usuario mediante el Decreto 006-2003, emitido el día 18 de febrero del 2003 y publicado en el Diario Oficial de



Guatemala el 11 de mayo de 2003, entró en vigencia el 26 de mayo de 2003. A continuación se hará un breve análisis de la mencionada ley y posteriormente un comentario sobre su aplicación en Guatemala.

#### - **Espíritu de la ley**

El espíritu de la ley quiere decir las razones por las cuales el legislador se basó para emitir la normativa, la cual se da porque Guatemala adquirió el compromiso de aplicar y cumplir las directrices para la protección del consumidor aprobadas por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, mediante resolución número 39/248 de fecha nueve de abril de 1985. Asimismo porque el régimen económico y social de la República se funda en principios de justicia social y que es obligación del estado promover el desarrollo económico de la nación. Porque se necesita de una legislación que regule el sistema económico eficaz que vayan en beneficio de los consumidores y usuarios y que responda a las características de una economía moderna, abierta y dinámica.

#### - **Objeto de la ley**

El objeto de la ley se encuentra regulado en el Artículo 1 que preceptúa: "Esta Ley tiene por objeto promover, divulgar y defender los derechos de los consumidores y usuarios, establecer las infracciones, sanciones y los procedimientos aplicables en dicha materia..."

En el mismo Artículo se encuentran algunos principios aplicables como los son: tutelaridad, el cual pretende darle una protección jurídica preferente al consumidor y usuario por ser la parte más débil de la relación contractual, es decir que este principio parte de la igualdad



imperante en la Constitución Política de la República de Guatemala, pues se debe partir de una desigualdad para equiparar al grupo más vulnerable en toda relación jurídica.

El otro principio es el de garantías mínimas, pues se considera que es lo mínimo que el Estado debe proteger a la parte más débil de la relación contractual, esto quiere decir que las normas establecidas en la ley pueden superarse más no así disminuirse, pues de lo contrario devendría una inconstitucionalidad.

El otro principio es el de irrenunciabilidad, esto quiere decir que el consumidor y usuario no puede renunciar a los derechos que la ley le otorga, pues aunque en un contrato existan cláusulas que vayan en detrimento de aquellos, se tendrán por no puestas, pues son nulas ipso jure.

El otro principio es el de interés social y de orden público el cual no es propiamente un principio específico de la ley, sino que es en virtud de que el Estado de Guatemala debe velar por el bien común para estar en congruencia con lo regulado en el Artículo primero y 44 de la Constitución Política de la República de Guatemala.

#### - **Ámbitos de aplicación de la ley**

La mencionada ley contiene el ámbito personal, el cual se encuentra regulado en el Artículo 2º, que en su parte conducente preceptúa: "...se aplicará a todos los agentes económicos, se trate de personas naturales o jurídicas. Los agentes económicos son personas o grupos de ellas que realizan una actividad económica, es decir cualquier actividad que tenga relación con la prestación de servicios o la venta de determinados bienes, en otras palabras



es una persona que realiza actividades de índole comercial. También se menciona el ámbito material de aplicación que es para los actos jurídicos que se realicen entre proveedores y consumidores. Los actos jurídicos hacen referencia a todo aquello donde interviene la voluntad humana y que trae consecuencias jurídicas, esto quiere decir que se trata de negocios jurídicos donde la voluntad de los sujetos

- **Órgano encargado de la aplicación de la ley**

El órgano administrativo de la ley es la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor y Usuario, la cual es una dependencia del Ministerio de Economía, fue creada según el Acuerdo Gubernativo Número 425-95 de fecha cuatro de septiembre de 1995.

El Artículo 54 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario establece las atribuciones de la DIACO, a continuación se describen las más importantes: "...a) velar por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores o usuarios y de las obligaciones de los proveedores...f) promover y realizar investigaciones técnicas en las áreas de bienes y usos de servicios...h) establecer procedimiento ágiles y conciliadores para la solución de los conflictos de los que tenga conocimiento...l) aplicar sanciones administrativas establecidas en la ley..."

También se encuentran las organizaciones de consumidores y usuarios, las cuales son asociaciones civiles sin fines de lucro, que tienen por objeto defender en forma colectiva los derechos de los consumidores y usuarios, dichas organizaciones deben inscribirse en el Registro de Personas Jurídicas y se deben de regir por sus estatutos. El Artículo 9 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario establece las finalidades de las organizaciones de



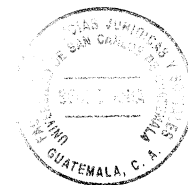


consumidores y usuarios entre las que se encuentran: "...a) promover, proteger y defender los intereses de los consumidores y usuarios...c) informar, orientar y educar a los consumidores y usuarios por cualquier medio de difusión que consideren conviene en el adecuado ejercicio de sus derechos y en el cumplimiento de sus obligaciones y brindarles asesoría cuando la requieran..."

Como se puede observar, estas organizaciones son de suma importancia para que los derechos de los consumidores y usuarios no se vean vulnerados; sin embargo, la normativa en mención es poco aplicable. Para concluir con el análisis de la norma jurídica en referencia, se puede observar que la misma es un instrumento del cual se puede servirse la población en general para evitar que no le sean vulnerados sus derechos. Cabe mencionar que la misma es constantemente vulnerada por los proveedores de bienes o servicios, pues generalmente alteran las condiciones de los productos, las organizaciones de consumidores y usuarios no velan realmente por que se respete la vida, la integridad de las personas, no se divulga por parte de la DIACO el contenido de la ley, lo cual trae como consecuencia que la población desconozca sus derechos que le asisten como parte de una sociedad de consumo.

#### - **Relaciones contractuales**

El Artículo 48 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario preceptúa en su parte conducente: " Los contratos de adhesión podrán contar en formularios ya impresos o reproducidos y deberán estar escritos en idioma español con tamaño de letra y caracteres legibles a simple vista. Las cláusulas en que no se cumplan dichos requisitos no producirán efecto alguno para el consumidor o usuario..."



#### 4.3. Las cláusulas abusivas en los contratos de compraventa en línea

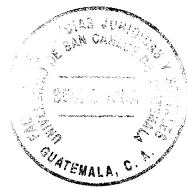
El término cláusulas abusivas puede referirse a cualquier contenido contractual, sin que tenga que identificarse necesariamente con las condiciones generales. Como se afirma en la doctrina que: "Dichas condiciones no son siempre abusivas, aunque puedan serlo, pero es que esto también puede ocurrir con las establecidas en un contrato individual negociado entre las partes. Por consiguiente, el carácter abusivo de una cláusula contractual se refiere a su contenido y no a su propia naturaleza. Lo que sucede es que en la Directiva se optó por controlar únicamente las cláusulas abusivas en los contratos celebrados entre profesionales y consumidores porque defender la tesis de que deben ser contra todas las cláusulas abusivas que se inserten en los contratos implicaría socavar el principio de la libertad contractual, que constituye uno de los pilares básicos del Derecho privado."<sup>30</sup>

Lo que el profesor Aguilar quiere decir es que no todos los contratos que constan en formularios o mediante pólizas van a contener las cláusulas abusivas, es importante hacer esta distinción porque generalmente eso es lo que se piensa que en todo contrato mediante formulario se violan los derechos de los consumidores. En este orden de ideas se puede establecer que una cláusula va a ser una condición general cuando está predispuesta e incorporada a una pluralidad de contratos exclusivamente por una de las partes y no necesariamente tiene porqué ser abusiva.

Por su una cláusula será abusiva cuando vaya en contra de las exigencias de la buena fe causa en detrimento del consumidor un desequilibrio importante e injustificado de las

---

<sup>30</sup> Aguilar. **Op. Cit.** Pág. 146



obligaciones contractuales y puede tener o no el carácter de condición general, ya que también puede darse en contratos particulares cuando no existe negociación individual de sus cláusulas, esto es, en contratos de adhesión particulares.

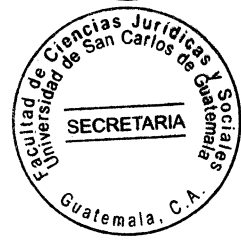
Como se dijo anteriormente el contrato más común por internet es la compraventa, en la misma existe diversidad de productos que se pueden adquirir, existe por parte del oferente condiciones que debe aceptar la otra parte y esto trae como consecuencia que se genere un tipo de relación contractual y una de las partes adquiere la calidad de vendedor y el otro la calidad de comprador.

Hasta este momento se puede afirmar que existe el consentimiento, el problema surge cuando una de las partes falta a la buena fe contractual, como afirma el profesor José Antonio Vega: "es obvio que la mala fe negocial (sic) ha de tener el designio de obtener un beneficio no exclusivamente económico sino de dominio en la ejecución, interpretación o cumplimiento del contrato. Este es un ilícito que supone obtener un beneficio global en el contrato y no de forma concreta en determinados aspectos."<sup>31</sup>

El autor antes citado hace referencia a lo que se conoce como desequilibrio de las contraprestaciones, pues con ello se logra el engaño hacia el consumidor y el usuario. Es ahí donde radica el problema de la mala fe contractual, puesto que si no tiene consecuencias económicas no se puede hablar de cláusulas abusivas. Es decir que para que se considere que una clausula sea abusiva tiene que darse ese desequilibrio de las contraprestaciones y que salga perjudicado el comprador.

---

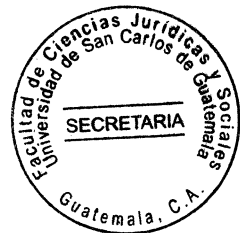
<sup>31</sup> Vega, José Antonio. **Contratos electrónicos y protección a consumidores**. Pág. 282



## CONCLUSIÓN DISCURSIVA

El Estado de Guatemala como responsable de la promoción del bien común debe garantizarle a los consumidores, usuarios y personas en general, condiciones seguras de contratación moderna, que les permita agilizar sus transacciones a nivel nacional como internacional, además de socializar los derechos de los usuarios, cuando crean su usuario y realizan transacciones, aceptando los términos que el contrato de la empresa establece.

La regulación del contrato de compraventa en línea permitiría el fomento y estímulo de las operaciones efectuadas por medio de las nuevas tecnologías y la información siempre basado en el principio de la autonomía de la voluntad, pues con el auge de la globalización y la Internet se puede desarrollar transacciones con mayor rapidez, agilidad y esto complementaria la contratación tanto civil como mercantil, garantizándoles una contratación que no vulnere los derechos de los consumidores y usuarios. Por lo anterior, se propone al Organismo Legislativo una reforma al Código Civil y al Código de Comercio de Guatemala, para regular los contratos de compraventa por internet.





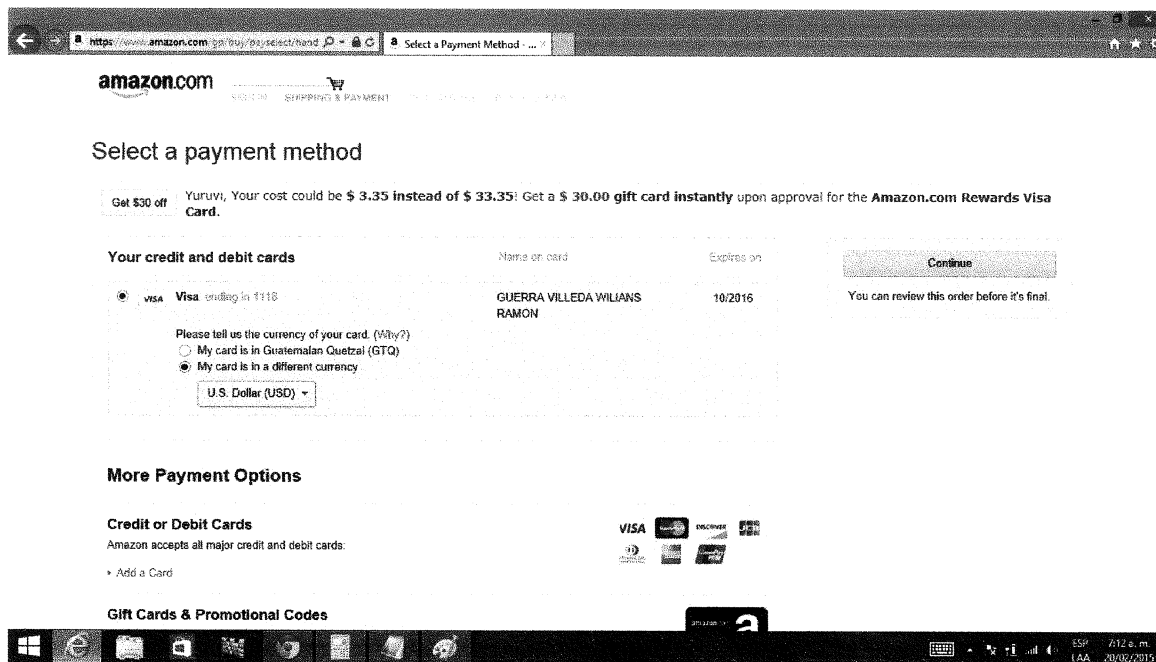
**ANEXO**

A continuación se presenta gráficamente el proceso de compra en línea

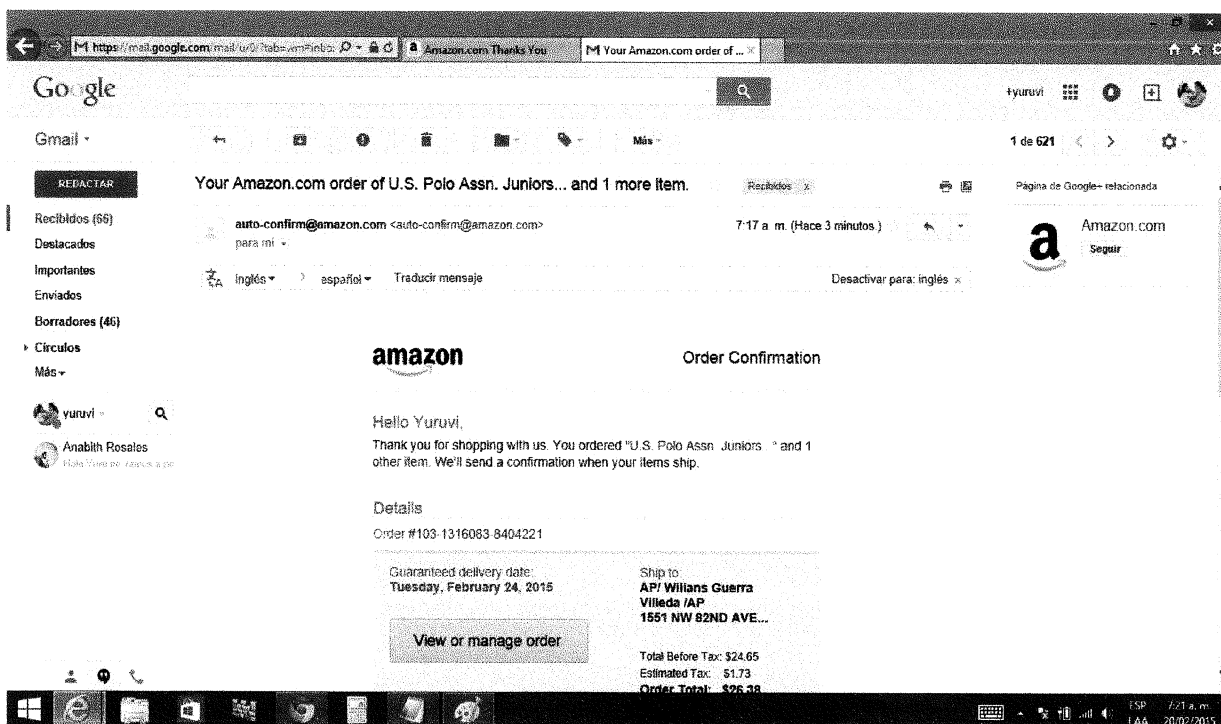
Paso 1: selección de la página

Paso 2. Dirección de envío y forma de pago

### Paso 3. Forma de pago



### Paso 4. Revisar orden y completar la compra





## Paso 5. Confirmación al correo electrónico

**Review your order**

By placing your order, you agree to Amazon.com's privacy notice and conditions of use.

**Shipping address** [change](#)  
 API, Wilfredo Guerra Villalobos (AP)  
 1551 NW 82ND AVE  
 DORAL, FLORIDA 33126-1028  
 United States  
 Phone: 305 482 0288  
[Ship to multiple addresses](#)

**Payment method** [change](#)  
 visa ending in 1118

**Gift cards & promotional codes**  
[Enter Code](#) [Apply](#)

**Place your order**

**Order Summary**

Items (2)	\$24.85
Shipping & Handling	\$0.00
<b>Total before tax:</b>	<b>\$24.85</b>
Estimated tax to be collected	\$1.73
<b>Order total:</b>	<b>\$26.38</b>

**Yururi, your Amazon Prime Free Trial has started!**  
 You can now enjoy Amazon Prime for 30 days, including unlimited FREE Two-Day Shipping, unlimited access to Prime Instant Video and other benefits. You will also receive an email with more details about your Amazon Prime membership. Don't forget to checkout by clicking "Place your order."

**Guaranteed delivery: Feb. 24, 2015** [Place order to be next 24 hours and 59 minutes](#) (Details)

**U.S. Polo Assn. Juvenile Solid Polo with Small Pony, Red/White, Medium**  
 \$12.99 [Prime & Free Returns](#) [Details](#)  
 Quantity: 1 [Change](#)  
[Search](#) [Add to cart](#) [Add gift options](#)

**U.S. Polo Assn. Men's Short Sleeve Striped Polo, Black, Medium**

**Choose your Prime delivery option:**

- FREE No-Rush Shipping (5 business days)  
 Get a \$1 credit for Amazon Instant Video, eBooks, and digital music. [Details](#)
- FREE Standard Shipping (4-5 business days)
- FREE Two-Day Shipping — get it Tuesday, Feb. 24
- \$7.98 One-Day Shipping — get it Monday, Feb. 23

## Paso 6. Seguimiento del paquete

[amazon.com](#) Today's Deals Gift Cards Sell Help

Go Hello, Sign in **Your Account** Try **Prime** **Cart** **W** **Li**

**Delivered**

Delivered on: Monday, February 23, 2015  
 Thanks for shopping at Amazon.

Package was left on dock  
 The delivery receipt was signed by RAMIREZ

Shipping soon Shipped On the way Out for delivery **Delivered**

**Recommended Items and Featured Recommendations**

History

Page 1 of 10

## La imagen de abajo muestra la selección de artículo

**amazon** Prime  
 Yuruvi's Amazon.com Today's Deals Gift Cards Sell Help

Shop by Department - Search Clothing, Shoe... Go Hello, Yuruvi Your Account - Your Prime - Wish List - Cart -

Amazon Fashion Women - Men - Girls - Boys - Baby - Luggage - Sales And Deals - Your - FREE RETURNS

Clothing, Shoes & Jewelry > Women > Clothing > Tops & Tees > Polos

U.S. Polo Assn.  
**U.S. Polo Assn. Juniors Solid Polo with Small Pony**  
 ☆☆☆☆ 1 customer review

List Price: ~~\$36.00~~  
 Price: **\$12.99** Prime & FREE Returns. Details  
 You Save: \$16.01 (53%)

Size: Select Size Chart

Color: Red/White

Roll over image to zoom in

Share

To buy, select Size  
 Choose from options to the left

Add to Cart

Add to Wish List

- 100% Cotton
- Imported
- Button closure
- Machine Wash
- Embroidered small pony on left chest

**amazon** Prime  
 Yuruvi's Amazon.com Today's Deals Gift Cards Sell Help

Shop by Department - Search Clothing, Shoe... Go Hello, Yuruvi Your Account - Your Prime - Wish List - Cart -

Amazon Fashion Women - Men - Girls - Boys - Baby - Luggage - Sales And Deals - Your - FREE RETURNS

Clothing, Shoes & Jewelry > Men > Clothing > Shirts > Polos

U.S. Polo Assn.  
**U.S. Polo Assn. Men's Short Sleeve Striped Polo**  
 ☆☆☆☆ 10 customer reviews

List Price: ~~\$44.00~~  
 Price: **\$11.54 - \$26.99** & FREE Returns. Details

Size: Select Size Chart

Color: Black

Roll over image to zoom in

Share

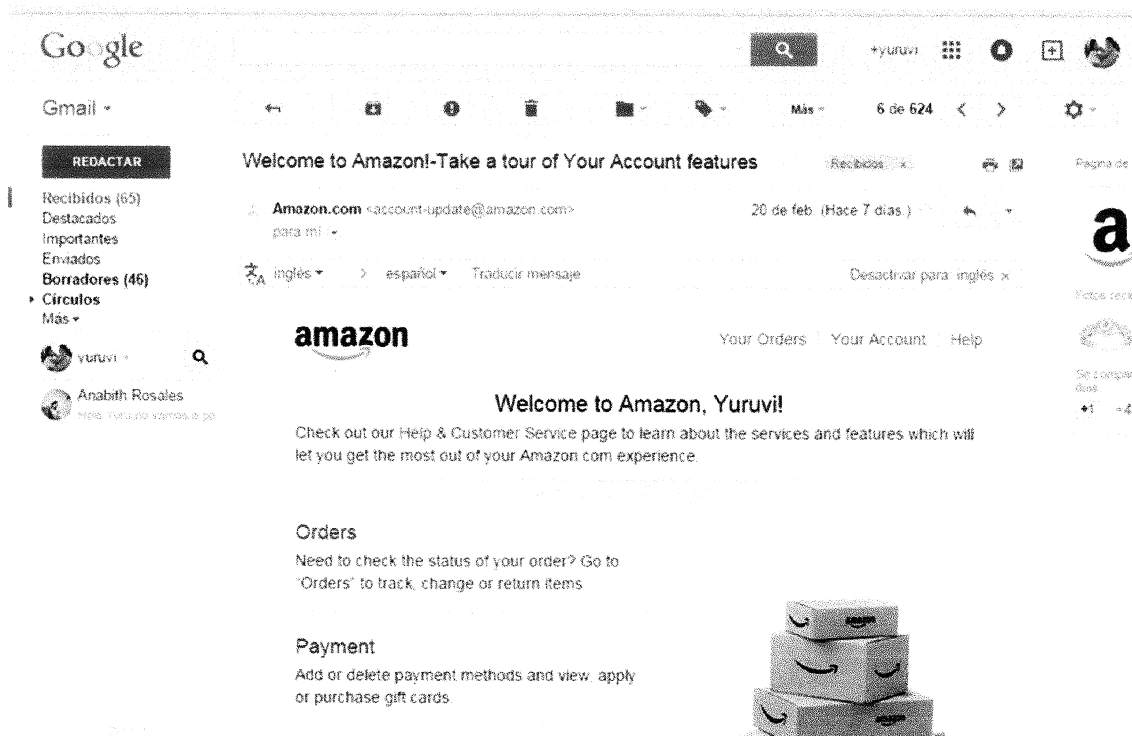
To buy, select Size  
 Choose from options to the left

Add to Cart

Add to Wish List

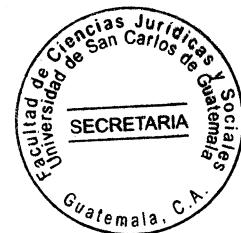
- 100% Cotton
- Imported
- Button closure
- Machine Wash
- Small pony logo on left chest
- Number 3 logo on right sleeve

La imagen de abajo muestra la cuenta Amazon



Las imágenes de abajo muestran las formas de pago con tarjetas





## BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR GUERRA, Vladimir. **El negocio jurídico**. 5ª ed.; Guatemala: Ed. Serviprensa, S.A, 2006.
- ALTAMIRA Matías. **Internet, comercio electrónico**. 1ª ed.; Mexico: Ed. Centro de Investigaciones Jurídicas, 2005.
- ALVARADO SANDOVAL, Ricardo. **El notario ante la contratación civil y mercantil**. 4ª ed.; Guatemala: Ed. Estudiantil Fenix, 2011.
- ARGUEDAS Ysella. **Supuestos de derechos a los contratos electrónicos**. 1ª ed.; Buenos Aires, Argetina: Ed. Abeledo Perrot, 1993.
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA de Comercio Electrónico y Marketing Relacional. **Libro blanco del comercio electrónico**. 1ª ed.; España: Ed. Fecemd, 2009.
- BARREILHET, Paula Silvia. **Autonomía de la voluntad, contratación electrónica y protección del consumidor**. 1ª ed.; Chile: Ed. Jurídica de Chile, 2004.
- BERMEO ACELDAS, Lorena. **Compraventa internacional de mercancías**. 5ª ed.; Bogotá, Colombia: Ed. I.H.S, 2005.
- CASTÁN TOBEÑAS, José. **Derecho civil**. 4ª ed.; Madrid España, 1941: Ed. Reus, 1941.
- CONTRERAS ORTIZ, Rubén Alberto. **Obligaciones y negocios jurídicos civiles**. 1ª ed.; Guatemala: Ed. Instituto de investigaciones jurídicas, 2010.
- DE RÍOS, Mateu. **El consentimiento y el proceso de Contratación Electrónica**. 2ª. ed.; San Sebastián, España: Ed. Civitas, 2000.
- <http://nattivos.com/compras-online-ventajas-desventajas/>(Consultado: 27 de junio de 2015).
- <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-153/moneda-153-04.pdf> (Consultado el 21 de junio de 2015).



[http://www.institutoblestgana.cl/virtuales/gest\\_com\\_ext/Unidad/contenido\\_2.htm](http://www.institutoblestgana.cl/virtuales/gest_com_ext/Unidad/contenido_2.htm)  
(Consultado 07 de junio de 2015).

<http://www.pabloburgueno.com/2010/06/tipos-y-clasificación-de-contratos-electrónicos/>(Consultado: 07 de junio de 2015).

<https://pabloburgueno.compraventaenlinea.es.wikipedia.org/wiki/Amazon.com>(Consultado: 27 de junio de 2015).

<https://pabloburgueno.compraventaenlinea.es.wikipedia.org/wiki/EBay> (Consultado: 27 de junio de 2015).

<https://pabloburgueno.compraventaenlinea.es.wikipedia.org/wiki/MercadoLibre>(Consultado: 27 de junio de 2015).

PUIG PEÑA, Federico. **Compendio de derecho civil español**. 3ª ed.; Madrid, España: Ed. Pirámide, 1976.

VÁSQUEZ MARTÍNEZ, Edmundo. **Instituciones de derecho mercantil**. 3ª ed.; Guatemala: Ed. Serviprensa, 1978.

VEGA, José Antonio. **Contratos electrónicos y protección a consumidores**. 1ª ed.; Madrid, España: Ed. Reus, S.A., 2005.

#### **Legislación:**

**Constitución Política de la República de Guatemala**. Asamblea Nacional Constituyente, 1986.

**Ley del Organismo Judicial**. Congreso de la República de Guatemala, Decreto 2-89, 1989.

**Ley de Arbitraje**. Congreso de la República de Guatemala, Decreto 67-95, 1995.

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



**Ley de Protección al Consumidor y Usuario.** Congreso de la República, Decreto 006-2003, 2003.

**Código Civil.** Enrique Peralta Azurdia, Decreto-Ley 107, 1963.

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