

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



**TECNIFICACIÓN DEL TRÁFICO JURÍDICO MERCANTIL
Y LA INFLUENCIA DE INTERNET EN LA ESTRUCTURA
INDUSTRIAL Y COMERCIAL**

CLAUDIA ANDREA PINEDA PORRAS

GUATEMALA, JUNIO DE 2019

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

**TECNIFICACIÓN DEL TRÁFICO JURÍDICO MERCANTIL
Y LA INFLUENCIA DE INTERNET EN LA ESTRUCTURA
INDUSTRIAL Y COMERCIAL**

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva

de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

CLAUDIA ANDREA PINEDA PORRAS

Previo a conferírsele el grado académico de

LICENCIADA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

y los títulos profesionales de

ABOGADO Y NOTARIA

Guatemala, junio de 2019

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

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

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

Primera Fase:

Presidente: Licda. Irma Leticia Mejicanos Jol
Vocal: Lic. Heber Dodanin Aguilera Toledo
Secretario: Lic. Carlos Nicolás Palencia Salazar

Segunda Fase:

Presidente: Lic. José Luis de León Melgar
Vocal: Lic. Teddy Andrés Grajeda Boche
Secretario: Lic. Ramiro Stuardo López Galindo

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



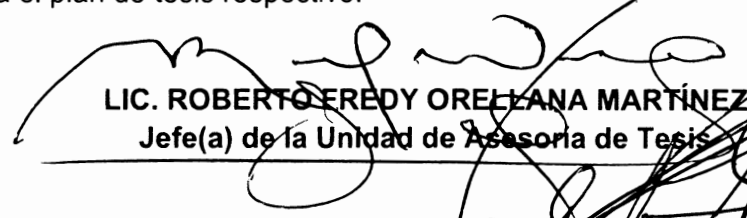
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Unidad de Asesoría de Tesis. Ciudad de Guatemala,
 21 de febrero de 2018.

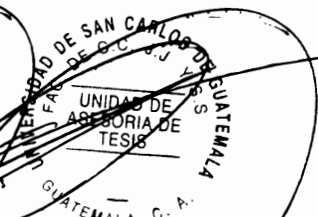
Atentamente pase al (a) Profesional, EDWIN AUGUSTO VELA CASTAÑEDA
 _____, para que proceda a asesorar el trabajo de tesis del (a) estudiante
CLAUDIA ANDREA PINEDA PORRAS, con carné 201210976,
 intitulado TECNIFICACIÓN DEL TRÁFICO JURÍDICO MERCANTIL Y LA INFLUENCIA DE INTERNET EN LA
ESTRUCTURA INDUSTRIAL Y COMERCIAL.

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.


LIC. ROBERTO EREDY ORELLANA MARTÍNEZ
 Jefe(a) de la Unidad de Asesoría de Tesis



Fecha de recepción 15 / 03 / 2018 f) _____

 Asesor(a)
 (Firma) Edwin Augusto Vela Castañeda
 Abogado y Notario



LIC. EDWIN AUGUSTO VELA CASTAÑEDA
ABOGADO Y NOTARIO
Colegiado 4976



Guatemala, 27 de julio 2018

Licenciado Roberto Fredy Orellana Martínez
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala

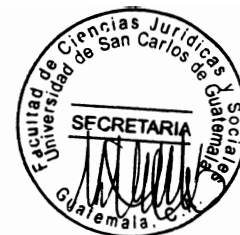


Lic. Orellana Martínez:

Con fecha quince de marzo de dos mil dieciocho me fue notificada la designación recaída en mi persona como asesor de tesis de la bachiller **Claudia Andrea Pineda Porras**, quien al concurrir a mi despacho exhibió el Documento Personal de Identificación –DPI- con Código Único de Identificación –CUI- 2405 61929 0101; en cumplimiento de tan honroso encargo he orientado a la persona aludida en el desarrollo de la investigación titulada: **“TECNIFICACIÓN DEL TRÁFICO JURÍDICO MERCANTIL Y LA INFLUENCIA DE INTERNET EN LA ESTRUCTURA INDUSTRIAL Y COMERCIAL”** y en la facción del infolio que la contiene, razón por la cual emito el siguiente dictamen:

- a. La investigación fue elaborada con la asistencia del método deductivo y sintético aplicado al fenómeno mercantil e industrial en el ámbito tecnológico. A su vez se utiliza la técnica bibliográfica y documental a partir de las cuales se realiza un desarrollo histórico y doctrinario de cada figura expuesta. Asimismo, se desarrolla un trabajo de compilación y síntesis de distintas fuentes para la obtención de resultados nutridos de diversidad y objetivos. Considero que el trabajo constituye una valiosa aportación tanto para estudiantes y académicos, como para cualquier persona interesada en la materia, pues se constituye en un documento recopilatorio de doctrina, realidad jurídica y análisis.
- b. La redacción del trabajo es concisa, explicativa y observa lo dispuesto para este tipo de informes, atendiendo a las reglas de la Real Academia Española.
- c. Con la conclusión discursiva la bachiller expone, con visión crítica jurídica, su vista sobre la situación actual de la tecnificación jurídica mercantil y la influencia de internet en la estructura industrial y comercial dentro del ordenamiento jurídico guatemalteco, y valida la necesidad de que se dirijan esfuerzos legislativos para que se reconozcan esfuerzos creadores realizados por organizaciones internacionales expertas en el comercio mundial. Lo que a su criterio proporcionaría uniformidad legislativa y concordante con las necesidades actuales y por ende impulso económico.

Licenciado
Edwin Augusto Vela Castañeda
Abogado y Notario

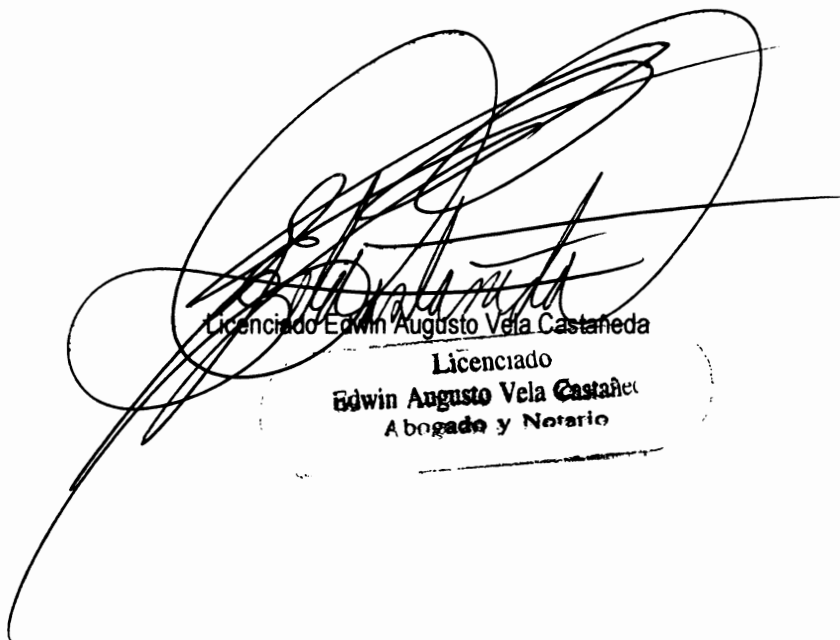


LIC. EDWIN AUGUSTO VELA CASTAÑEDA
ABOGADO Y NOTARIO
Colegiado 4976

- d. La bibliografía utilizada la considero adecuada y suficiente, ya que fue incluida legislación nacional, jurisprudencia constitucional, información proporcionada por organismos internacionales especializados e investigaciones realizadas por autores nacionales y extranjeros.
- e. Digno de reconocimiento es el proceder autónomo y reflexivo de la bachiller Pineda Porras, quien evidenció solidez y porfía en sus apreciaciones, muchas de las cuales son compartidas por mi persona.
- f. Declaro que no soy pariente de la estudiante dentro de los grados de ley y otras consideraciones que estime pertinentes.

Por lo anterior, y habiendo cumplido con los requisitos establecidos en el Artículo 31 del Normativo para Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público procedo a emitir **DICTAMEN FAVORABLE** a la bachiller **Claudia Andrea Pineda Porras**, para que prosiga con los trámites necesarios para su graduación.

Respetuoso



Licenciado Edwin Augusto Vela Castañeda
Licenciado
Edwin Augusto Vela Castañeda
Abogado y Notario



DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, 07 de mayo de 2019.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del trabajo de tesis de la estudiante CLAUDIA ANDREA PINEDA PORRAS, titulado TECNIFICACIÓN DEL TRÁFICO JURÍDICO MERCANTIL Y LA INFLUENCIA DE INTERNET EN LA ESTRUCTURA INDUSTRIAL Y COMERCIAL. Artículos: 31, 33 y 34 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.

RFOM/JP.





DEDICATORIA

- A DIOS:** Por la vida, mi familia y este logro. A través de su misericordia y amor he superado todos los momentos de mi vida. Agradezco su bondad que me ha permitido hoy estar aquí.
- A LA VIRGEN MARÍA:** Quien a través de su infinita ternura me ha sostenido en los momentos más difíciles. Su consuelo y protección durante toda mi vida me han guiado hacia donde estoy ahora.
- A MI PADRE:** Álvaro Leonel Pineda Rivera. Por tu paciencia, sabiduría, apoyo incondicional y amor profundo. Agradecida infinitamente siempre estaré por los sacrificios y esfuerzos que has hecho por nosotros.
- A MI MADRE:** Laura Verónica Porras Robles. Gracias, porque tu realizaste el acto de amor absoluto al dedicar tu vida a nosotros. Tu apoyo diario, cariño y palabras de aliento me motivaron a luchar por ser mejor cada día. A ustedes dos dedico el logro hoy alcanzado.
- A MIS HERMANOS:** Susan y Roberto, quienes a través de su ejemplo me han enseñado el deseo de superación y a acrecentar mis ansias de mejorar como persona. Les agradezco por apoyarme y alentarme a continuar con el rumbo de mi vida.
- A MI FAMILIA:** Quienes lo largo de mi camino me han demostrado solidaridad, confianza y cariño. Sus pequeños y grandes actos han sido indispensables para mi camino.
- A MIS AMIGAS:** Isabel, Joseline, Zorel, Shandy y Mariajosé por esa amistad única que hizo de los años de universidad los mejores. Con ustedes crecí y reí y sufrí; cada una es un ejemplo a seguir para mí, las admiro y siempre estaré agradecida con ustedes.
- A:** Lesly Guerrero, mi mejor amiga, gracias por brindarme ese apoyo y simpatía. Nuestras similitudes e indecisiones fueron el pilar de esta bella amistad que siempre atesoraré.



- A:** Diego Espinoza, por siempre creer en mí aun cuando no tenía fuerza. Por tu apoyo incondicional y atemporal en todos los sentidos. Gracias por tantas alegrías a tu lado.
- A:** la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, especialmente a la jornada matutina. Plataforma que consolidó mi ser, me dio la oportunidad de conocer y aprender de grandes profesionales e inculcó en mí la gran responsabilidad de devolver todo y más de lo que me han dado.
- A:** La Universidad de San Carlos de Guatemala. Mi alma máter. A esta gloriosa institución agradezco la oportunidad brindada y con este agradecimiento recalco mi compromiso para construir una mejor Guatemala.



PRESENTACIÓN

El estudio corresponde a la rama del derecho privado, específicamente al derecho mercantil. En este fue realizado un análisis minucioso de la realidad jurídica en conjunto con las innovaciones tecnológicas que han sido posibles gracias a la globalización y la nueva era de internet. La respectiva labor investigativa se realizó a través de un trabajo sistemático de compilación y análisis realizado con base en los antecedentes referentes al tema ocurridos dentro de los años 2000 hasta el año 2017 y que demuestran la evolución jurídica concerniente al mismo en el sistema jurídico de Guatemala.

El objeto, cuyos resultados se exponen, fue la tecnificación del tráfico jurídico mercantil y su regulación en el sistema jurídico guatemalteco, así como la afectación de las distintas aristas de la industria y el comercio por el internet y sus consecuencias para un correcto desarrollo económico. El sujeto de la investigación ha sido compuesto por aquellos intervinientes en el comercio electrónico, a decir: el empresario, el consumidor y la administración conformada por órganos e instituciones estatales e internacionales.

Los resultados obtenidos y condensados, logran obtener un aporte académico destacable, el cual es la demostración del crecimiento del mercado electrónico global y como este ha afectado numerosos aspectos legales. Situación que afecta directamente la seguridad jurídica y que desemboca en la necesidad de contar con una regulación positiva que brinde seguridad jurídica y estructura a las transacciones mercantiles novedosas.

El trabajo de recopilación fue eminentemente cualitativo y documental. Se aplicaron diversas técnicas investigativas, como el análisis doctrinario y práctico de ciertos fenómenos, así como la observación y estadísticas de la evolución y desenvolvimiento de las tendencias mercantiles e industriales en el ámbito electrónico a nivel internacional.



HIPÓTESIS

Si bien el derecho es dinámico, la constante y rápida evolución de la tecnificación mercantil y la influencia de internet en el comercio y la industria lo ha superado. Esto ha ocasionado desprotección jurídica, ya que si bien el Organismo Legislativo emana abundante normativa, esta no corresponde a las necesidades actuales de la era tecnológica. Esto es agravado con la incompatibilidad que la normativa mercantil tradicional tiene sobre el comercio electrónico debido a la novedad de sus características.

Esta situación limita el ejercicio de la libertad de comercio e industria reconocido constitucionalmente, por lo que se identifica la necesidad de dotar de regulación en esta materia para que Guatemala pueda constituirse como un país competitivo y atractivo en materia económica en los mercados globales.



COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Mediante el estudio teórico, analítico y crítico se pudo validar la hipótesis planteada en este informe. En efecto, se constató que la novedad de las nuevas transacciones mercantiles electrónicas hacen imposible una aplicación correcta de las normas mercantiles vigentes destinadas a regular un comercio tradicional. Así mismo, se determinó como el fenómeno del internet afecta distintas aristas de la industria y comercio. Esto resulta en una afectación en la competitividad de Guatemala frente a mercados internaciones y en la vulneración de derechos de los intervinientes en este tipo de comercio.

Para la realización del mismo se utilizó el método deductivo aplicado al fenómeno mercantil e industrial en el ámbito tecnológico. Así como el método sintético aplicado al descomponer el fenómeno en las distintas aristas que mostraron afectación ante la evolución tecnológica. Para alcanzar estos resultados, se utilizó la técnica bibliográfica y documental para recopilar las distintas doctrinas y antecedentes relacionados con el tema.



ÍNDICE

Introducción.....	I
-------------------	---

CAPÍTULO I

1. Comercio electrónico.....	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Definición.....	3
1.3. Características.....	5
1.4. Sujetos Intervinientes Del Comercio Electrónico.....	8
1.5. Clasificación del comercio electrónico.....	9
1.6. Ventajas y desventajas.....	11
1.7. Medios electrónicos de pago.....	14
1.7.1. Clasificación de los medios electrónicos de pago.....	16
1.8. Seguridad en el comercio electrónico.....	17
1.9. Usos delictivos de internet.....	18

CAPÍTULO II

2. Protección al consumidor en el comercio electrónico.....	21
2.1. Derechos de los consumidores en Guatemala	22
2.2. Ley de Protección al Consumidor y al Usuario	24
2.2.1. Contrato de adhesión.....	26
2.3. Papel del Estado respecto a los derechos de los consumidores y usuarios....	29
2.4. La vulnerabilidad del consumidor electrónico	31
2.5. Conflictos de los derechos del consumidor y el usuario ante la contratación electrónica	32

CAPÍTULO III

3. Propiedad intelectual	35
3.1. Definición	35
3.2. Clasificación bipartita de la propiedad intelectual	37
3.3. Importancia de su protección.....	40



3.4. Problemática de la propiedad intelectual en internet.....	41
3.5. Regulación constitucional sobre la propiedad intelectual.....	43
3.6. Leyes ordinarias sobre la propiedad intelectual.....	44
3.6.1. Ley de Propiedad Industrial.....	45
3.6.2. Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos	46
3.7. Principales conflictos de propiedad intelectual en internet.....	47
3.7.1. Nombres de dominio	48
3.7.2. Marcas	49
3.7.3. Patentes.....	51

CAPÍTULO IV

4. Efectos transfronterizos del comercio electrónico	53
4.1. Entes internacionales dedicados al comercio electrónico.....	54
4.1.1. Organización Mundial del Comercio	54
4.1.2. Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional.....	57
4.1.3. Cámara de Comercio Internacional.....	60
4.2. Problemas de la actividad comercial transfronteriza.....	61
4.2.1. Globalización.....	63
4.2.2. Gobernanza	64
4.2.3. Jurisdicción y competencia	65

CAPÍTULO V

5. Tecnificación del tráfico jurídico mercantil y la influencia de internet en la estructura industrial y comercial.....	67
5.1. Fundamentos de la creación normativa reguladora del comercio Electrónico en Guatemala.....	68
5.2. Regulación del tráfico jurídico mercantil electrónico en Guatemala.....	69
5.2.1. Código de Comercio.....	70



5.2.2. Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas.....	71
5.3. Dificultades en la regulación normativa de la tecnificación comercial.....	72
5.4. Normativa transnacional del comercio electrónico.....	74
5.4.1. Normas de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.....	74
5.4.2. Ley Modelo sobre Comercio Electrónico.....	76
5.4.3. Declaración Sobre el Comercio Electrónico Mundial.....	78
5.4.4. Tratados de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.....	79
5.5. Consideraciones sobre la necesidad de regulación específica referente al comercio electrónico.....	80
5.6. Beneficios de la creación de un cuerpo normativo que regule el comercio electrónico y las transacciones mercantiles por internet.....	82
 CONCLUSIÓN DISCURSIVA	 85
BIBLIOGRAFÍA	87



INTRODUCCIÓN

En la actualidad la globalización ha provocado que la vida cotidiana este desarrollándose de manera poco tradicional al incorporar nuevos métodos de comunicación, entre ellos el internet. Estos cambios no son ajenos a la esfera comercial y transacciones mercantiles. Y siendo el derecho un conjunto de normas que regulan la conducta humana en sociedad, también se encuentra obligado a ir evolucionando con las nuevas tendencias para hallarse conforme a las necesidades sociales.

Como planteamiento hipotético se formuló que el dinamismo del derecho no ha alcanzado a cubrir la aún más rápida evolución de la tecnificación mercantil. Y cómo la influencia de internet en el comercio y la industrial ha ocasionado desprotección jurídica, pues si bien el Organismo Legislativo emana abundante normativa, esta no corresponde con las necesidades actuales de la era tecnológica. Esto es agravado con la incompatibilidad que la normativa mercantil tradicional tiene sobre el comercio electrónico debida a la novedad de sus características y medios de perfeccionamiento. Todo lo cual hace que el ejercicio de la libertad de comercio e industria reconocido constitucionalmente sea limitado y surja la necesidad de modernización normativa.

El objetivo general de la investigación realizada, cuyos resultados se exponen, fue demostrar la existencia de lagunas legales y por ende vulneraciones e inseguridad jurídica en las transacciones comerciales modernas. Lo cual desembocaría en el reconocimiento de la necesidad de dirigir esfuerzos hacia la creación o reconocimiento de instrumentos legales nacionales o internacionales que coadyuvaren a su subsanación.

En efecto, se evidenció que las estructuras jurídicas, comerciales y financieras; han sido creadas para ocuparse de transacciones físicas y actualmente pueden considerarse



insuficientes para permitir la adecuada ejecución de transacciones comerciales electrónicas.

El informe está dividido en cinco capítulos: en el capítulo I se analiza el comercio electrónico; en el capítulo II la protección al consumidor en el comercio electrónico; en el capítulo III la propiedad intelectual; en el capítulo IV los efectos transfronterizos del comercio electrónico y; por último, en el capítulo V la tecnificación del tráfico jurídico mercantil y la influencia de internet en la estructura industrial y comercial.

Fue utilizado el método deductivo aplicado al fenómeno mercantil e industrial en el ámbito tecnológico. Así como el método sintético aplicado al descomponer el fenómeno en las distintas aristas que mostraron afectación ante la evolución tecnológica. Mediante el resultado de cada estudio se logró alcanzar una conclusión general y la comprobación de la hipótesis planteada en el informe. Para alcanzar estos resultados, se utilizó la técnica bibliográfica y documental para recopilar las distintas doctrinas y antecedentes relacionados con el tema así como derecho comparado y a estudios de organismos especializados, lo que provee información dinámica y objetiva.

Con el trabajo realizado se concluye que Guatemala es un país con ausencia normativa, pues no existen cuerpos legales que regulen procedimientos de uniformidad, que otorguen seguridad jurídica y que reflejen el devenir tecnológico de las últimas décadas. Únicamente cuenta con extractos de regulaciones diseñadas para comercio tradicional, por lo que se hace necesario un ordenamiento jurídico armonioso y funcional, que permita una aproximación jurídica integral de los nuevos fenómenos mercantiles.



CAPÍTULO I

1. Comercio electrónico

Después del largo proceso histórico que llevo a los comerciantes a utilizar papel como mecanismo para reforzar la seguridad jurídica, las últimas décadas han presenciado el fenómeno inverso, la tecnificación. Este fenómeno tiene una relevancia inaudita para el diario vivir de todos los seres humanos, y la esfera jurídica no es la excepción. En este panorama electrificador de la actividad mercantil, ha surgido el comercio electrónico, como figura novedosa de los negocios jurídicos que se perfeccionan y ejecutan a través de los soportes informáticos.

1.1. Antecedentes

La necesidad del acceso a la información de forma oportuna desemboca en el desarrollo de la red más grande del mundo, el internet. "El internet es una colección internacional de hardware y software de cientos de miles de redes computacionales públicas y privadas."¹ Esta representa una plataforma global que permite que la información digital sea compartida a muy bajo costo y de manera eficaz.

Si bien en un principio la red era utilizada casi exclusivamente por investigadores y científicos de las universidades y organizaciones gubernamentales, la popularización

¹ Schneiderjans, Marc. **E-commerce operations management**. Pag. 3



experimentada por internet en los últimos años ha llevado a la liberación de este espacio para el ingreso de las empresas comerciales. Dando así nacimiento al comercio electrónico.

Se puede decir, de mejor manera, que el verdadero despegue del comercio electrónico y la inclusión del mismo en la economía mundial se dio desde la puesta en marcha del internet, el cual tuvo una aparición progresiva; pero significativa.

Cabe recordar que en los inicios del comercio existían tiempos de espera prolongados para que la oferta fuera aceptada y se diera la entrega de lo convenido, ya que únicamente se contaba con medios terrestres y en algunos casos marítimos. Este panorama cambia rápidamente con el acaecimiento de la globalización y con ello la era de la tecnología.

Este colosal cambio del estado de cosas en los recursos tecnológicos sucedido recientemente permite afirmar que tal vez por primera vez en la historia de la civilización, la velocidad del avance y el progreso, es más acelerada que el tiempo mismo. Sentando una brecha considerable entre la evolución de la norma jurídica y la evolución tecnológica.

El comercio electrónico se inicia en el mundo de los negocios entre empresas hace más de cuatro décadas con la introducción del Intercambio Electrónico de Datos -EDI-, el que



se dio entre firmas comerciales, con el envío y recibo de pedidos, intercambio de información, de reparto y pago, etc.

“Desde que comenzó la Revolución Industrial, hace más de dos Siglos, el desarrollo económico se ha ido ampliando, profundizando y acelerando progresivamente; gracias en gran medida a la interacción de la innovación tecnológica y la integración mundial.”² Y es que la relación entre la tecnología y el comercio es bidireccional. La tecnología es un factor determinante del comercio y el comercio es uno de los factores que dan forma al progreso tecnológico.

No hay duda de que el comercio electrónico ha experimentado un rápido crecimiento desde que los primeros usuarios comenzaron a navegar por la web en busca de bienes y servicios. Este acelerado avance de las tecnologías digitales está tomando por sorpresa al mundo, en especial a los países en desarrollo; pues en cuestión de un par de décadas se ha tomado un giro hacia la digitalización, y las transacciones que antes se realizaban en persona están migrando hacia el internet.

1.2. Definición

Como muchos fenómenos jurídicos, concebir una definición satisfactoria resulta una tarea difícil. Esto debido a que el comercio electrónico ofrece diferentes definiciones desde los puntos de vista tanto económico como jurídico. Al definirlo se asimilaría esta

² Organización Mundial del Comercio. **Informe sobre el comercio mundial 2017**. Pág. 17



actividad a un concepto unívoco. Sin embargo, para efectos de una mejor comprensión, han existido distintos esfuerzos por definirlo.

El comercio electrónico es definido por los estudios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos -OCDE- como el “proceso de compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información a través de las redes de comunicación.”³

De conformidad con Rafael de Ros, el comercio electrónico constituye 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.”⁴

Otra definición simple y concreta lo configura como “aquella actividad económica basada en el ofrecimiento de productos o servicios, ya sea para su compra o venta, a través de medios digitales como internet”⁵

Una definición amplia de comercio electrónico, es la que recoge el comunicado de la Comisión de las Comunidades Europeas, la cual señala que “se entiende por comercio electrónico todo intercambio de datos por medios electrónicos, este relacionado o no con la actividad comercial en sentido estricto. De forma más estricta, entendemos que debe circunscribirse a las transacciones comerciales electrónicas, es decir la compra venta de

³ https://www.profeco.gob.mx/internacionales/com_elec.asp (Consultado: 26 de enero de 2018)

⁴ **El consentimiento y el proceso de contratación electrónica.** Pág. 29.

⁵ Cisneros Canlla, Edson David. **E-commerce.** Pág. 15.



bienes o prestación de servicios, así como las negociaciones previas y otras actividades posteriores relacionadas con las mismas, aunque no sean estrictamente contractuales.”⁶

Para la Organización Mundial del Comercio -OMC- se entiende por comercio electrónico “la compra o venta de bienes o servicios realizada a través de redes informáticas por métodos específicamente diseñados para recibir o colocar pedidos.”⁷

1.3. Características

Dentro de los elementos indispensables a considerar para contextualizar de manera integral el comercio electrónico, se presentan las siguientes características, que cabe mencionar forman una idea completa mas no es absoluta ni excluyente.

- a. Transacción de bienes y servicios: Las transacciones de comercio electrónico pueden ser transacciones entre empresas, unidades familiares, particulares, gobiernos y otras organizaciones públicas o privadas. Esas transacciones electrónicas abarcan los pedidos realizados a través de la web, de extranet o el intercambio electrónico de datos. El método utilizado para colocar el pedido define el tipo de transacción que se realiza.

⁶ http://ec.europa.eu/internal_market/strategy/docs/com198_es.pdf (Consultado: 22 de enero de 2018)

⁷ Organización mundial del Comercio. **El comercio electrónico en los países en desarrollo**. Pág. 1



- b. Utilización de medios electrónicos: La característica principal de esta clase de comercio es que se realiza por medio electrónico, sistema telemático, o por algún medio de comunicación. Si esto no fuera así se estaría ante un comercio convencional.
- c. Reducción de costes de transacción: Los costes de transacción son los costos en los que se incurren para celebrar un contrato. Estos costos en el comercio electrónico, se explican en el uso de la tecnología cada vez más común y barata y asimismo por las ventajas que traen el uso de estas tecnologías aplicadas al comercio: oferta de una variedad de servicios y productos, flexibilidad en los horarios, eliminación de desplazamientos etc. Sin embargo esta reducción de los costes de transacción se ve contrarrestada por la elevación de los costes de cumplimiento como la seguridad en los pagos, recepción puntual de la mercancía, entrega en buen estado de la misma, etc.
- d. Apertura de un nuevo mercado: En la actualidad se pueden distinguir dos tipos de mercado que conviven y en algunos casos se complementan entre sí, cada uno de estos gozan de características diferentes, tanto en lo que se refiere a su funcionamiento como al papel de los agentes que lo componen; estos son: el mercado tradicional o convencional y el mercado electrónico o virtual.

El mercado convencional se basa en la interacción física entre un vendedor y un comprador, también en un lugar físicamente determinado. El contacto entre



ambos permite que el vendedor tenga un mayor conocimiento de las necesidades del cliente y por lo tanto pueda utilizar las herramientas necesarias para atraerlo hacia su o sus establecimientos.

Por su parte, el mercado virtual o electrónico se fundamenta en las nuevas tecnologías y, contrariamente al mercado convencional, permite que las transacciones comerciales se realicen sin importar el lugar físico donde se encuentre el comprador y el vendedor e incluso que la transacción se lleve a cabo en distintos momentos en el tiempo.

- e. Alcance global: Pues la tecnología crece de manera exponencial, sin fronteras culturales o nacionales. Esto permite que se posibilite el comercio sin problemas ni modificaciones, con más flexibilidad y alcance.

- f. Estándares universales: “Una característica notablemente inusual de las tecnologías del comercio electrónico es que los estándares técnicos de internet, y por lo tanto los estándares técnicos para llevar a cabo el comercio electrónico, son estándares universales, estos son compartidos por todos los países del mundo. Por el contrario, la mayoría de las tecnologías del comercio tradicional difieren de un país a otro.”⁸ Esto quiere decir, que contrario a lo que ocurre en el comercio tradicional, este tipo de comercio elimina barreras para la realización y perfeccionamiento de cualquier tipo de intercambio comercial.

⁸ Laudon Kenneth y Carol Guercio. **E-commerce 2013 negocios, tecnología y sociedad**. Pág. 15



- g. Interactividad: Para los consumidores es posible entablar un diálogo que ajusta dinámicamente la experiencia para el individuo. Esto hace del consumidor un coparticipante en el proceso de distribución de bienes en el mercado, pues participa directamente.

1.4. Sujetos intervinientes del comercio electrónico

El comercio se ejerce de múltiples maneras, siendo una de ellos el realizado vía electrónica. Su separación y distinción del resto se basa en su cualidad de desarrollarse en un entorno electrónico.

El comercio en condiciones ideales implica la interdependencia de dos voluntades con intereses diferentes como complementarios. De manera básica un sujeto tiene una necesidad o apetencia y, por otro, un sujeto ofrece su satisfacción, siempre a cambio de algo.

Se puede afirmar de manera concreta entonces que intervienen: empresario, internautas y, en este único entorno electrónico, una administración. Adelantando que esta clasificación servirá de base al describir los tipos de comercio electrónico, ya que esta se determina mediante la interacción de estos sujetos entre sí.



- a. **Empresario:** En términos generales se puede definir empresario como aquel que se dedica a una actividad económica organizada para la producción, transformación, comercialización, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios, actividad que puede desarrollar a través de uno o más establecimientos de comercio. Es decir, es el sujeto responsable por la excelencia de la seguridad, desarrollo y salud de la empresa.
- b. **Internauta:** Cuando se habla de internauta, se hace referencia a quien tendrá el rol de cliente o consumidor en el ámbito electrónico. Es decir aquella persona que hará uso de una red de comunicación y tomara el papel de consumidor o usuario de bienes o servicios que se obtengan a través de internet.
- c. **Administración:** La administración está conformada por todos los órganos e instituciones del Estado. Con respecto a este sujeto, la denominación no queda muy clara, ya que se suele usar indistintamente otras denominaciones, tales como: Gobierno o *government*.

1.5. Clasificación del comercio electrónico

Dispuesta la clasificación anterior, los modelos de negocio electrónico a establecerse dependerán en gran medida de la relación que mantengan entre sí cada uno de los agentes intervinientes.



Clasificación según la participación de los sujetos:

- a. Comercio entre empresas -B2B-: En este modelo de negocio de comercio electrónico todos los participantes del mismo son empresas. En este los negocios se enfocan en vender a otros negocios. Las empresas, al verse beneficiados por el bajo costo del producto o servicio ofrecido, en su mayoría, terminan haciendo pedidos en grandes cantidades. En este escenario se desarrollan distribuidores electrónicos y consorcios de intercambio de bienes.

- b. Comercio entre empresa y consumidor -B2C-: Es el modelo de comercio electrónico que se desarrolla con más frecuencia. En este modelo los negocios en línea focalizan sus esfuerzos para llegar al consumidor individual. En esta categoría existen variados modelos de negocio, tales como portales, vendedores minoristas en línea, proveedores de contenido, proveedores de servicios, entre otros.

- c. Comercio entre consumidores -C2C-: Este ofrece la oportunidad a los consumidores de vender a otros consumidores, con la ayuda de un generador de mercado en línea, como el sitio de anuncios clasificados. En el comercio electrónico C2C, el consumidor prepara el producto para el mercado, coloca el producto en subasta o venta, y depende de que el generador de mercado le proporcione herramientas de catálogo o motor de búsqueda.



Otras clasificaciones:

- a. Comercio electrónico social: Aquel que es posible mediante redes sociales y relaciones sociales en línea. El crecimiento del comercio electrónico social está siendo impulsado por una serie de factores, como la creciente popularidad de la suscripción social, la notificación de la red, herramientas de compras colectivas en línea, y la búsqueda social.
- b. Comercio electrónico móvil o m-commerce: Este se refiere al uso de dispositivos móviles para realizar transacciones en la web. Este fenómeno implica el uso de redes de telefonía celular e inalámbrica para conectar a la web y una vez ahí podrán realizar distintos tipos de transacción económica.

1.6. Ventajas y desventajas

Es inevitable concebir el comercio electrónico sin tomar en cuenta todas aquellas circunstancias que permiten la realización del mismo. Y es que desde su popularización este fenómeno se ha enfrentado a distintas circunstancias, las cuales lo benefician o perjudican, haciendo que en torno a su ejercicio se materialicen tanto ventajas o desventajas para el consumidor y para el comerciante.



La OMC establece como ventajas del comercio electrónico la reducción de los costos de transacción y la promoción de la transparencia de los mercados; agregan además, una experiencia de compra más cómoda y eficaz para los consumidores.

Cabe señalar que las pequeñas y medianas empresas, aunque generalmente son las más atrasadas en lo que respecta a las tecnologías, son las que más pueden beneficiarse del aumento de la productividad gracias al comercio electrónico, es así que, al no realizar este tipo de operaciones podrían perder oportunidades en operatividad y rentabilidad.

Este tipo de comercio puede contribuir decisivamente a que las economías en desarrollo obtengan mayores beneficios del comercio. A diferencia de lo que se necesita para gestionar un negocio en un edificio físico, el comercio electrónico no requiere inversiones del minorista en espacio de almacenamiento, seguros o infraestructura. La única condición previa es contar con una vitrina adecuadamente diseñada en la web para llegar a los clientes. Además, el comercio electrónico hace posibles mayores márgenes de beneficio, ya que los costos de explotación son sensiblemente menores.

Otra ventaja complementaria del comercio electrónico consiste en posibilitar un servicio de atención al cliente mejorado y más eficiente. En algunos casos los clientes pueden tener acceso directo a sus propias cuentas personales en línea. La incorporación de servicios en línea a los clientes, como servicios de entrega urgente de paquetes, puede entrañar también ventajas comerciales. Esos servicios generan un grado adecuado de satisfacción de los clientes con un esfuerzo muy pequeño de la empresa.



En cuanto a la equidad de género, el comercio electrónico además constituye una vía por la que se puede contribuir a aumentar la participación de las mujeres en el comercio y repartir de forma más equitativa las ganancias. Las tecnologías de la información y el comercio electrónico, al reducir los costos de transacción asociados a las restricciones de tiempo y movilidad, facilitan el acceso a los mercados mundiales, incluido el acceso de las mujeres.

Este también puede influir en la brecha de género porque favorece a las pequeñas y medianas empresas. Las mujeres empresarias de las economías en desarrollo suelen estar al frente de empresas pequeñas, por lo que les afectan desproporcionadamente los costos fijos relacionados con el comercio. El comercio electrónico al facilitar el acceso de las pequeñas y medianas empresas a los consumidores extranjeros puede ayudarles a superar algunos de los obstáculos de acceso a los mercados de otros países.

Finalizado este análisis, cabe afirmar que si bien generalmente se presenta una visión positiva del comercio electrónico junto con las variadas ventajas, pueden plantearse a los países involucrados varios problemas.

La adopción del comercio electrónico en los países en desarrollo difiere mucho de un país a otro, pero muchos países en desarrollo se enfrentan a varios obstáculos similares, entre los que destaca la falta de infraestructura financiera, jurídica y material para el desarrollo del comercio electrónico.



Además que el desarrollo de diversos tipos de comercio electrónico depende fundamentalmente de la estructura existente en un sector industrial y de su encaje en una determinada cadena de valor sectorial. Además, se considera que las diferencias de cultura y de filosofía comercial entre los países en desarrollo limitan la aplicabilidad y la transferibilidad de los modelos de comercio electrónico diseñados para algunos países en desarrollo.

Y aunque existan numerosas razones para participar en el comercio electrónico, los problemas de seguridad de los clientes siguen siendo un importante obstáculo para la expansión de los servicios y empresas de comercio electrónico.

En cuanto a su desarrollo web, para que las empresas puedan involucrarse, es esencial velar para que posean la competencia técnica y capacidad necesaria para utilizar las tecnologías pertinentes de forma productiva. Muchas empresas de países en desarrollo, y especialmente de países menos adelantados, carecen de la capacidad o los conocimientos necesarios para aprovechar plenamente las tecnologías de la información y comunicación, provocándose así un obstáculo importante por superar.

1.7. Medios electrónicos de pago

El pago es la forma normal de extinguir obligaciones. El comercio electrónico basa su peculiaridad en el medio electrónico por el que se perfecciona el contrato; pero ello no exime para que el cumplimiento de la obligación por parte del consumidor o usuario



revista la forma tradicional de pago: efectivo, tarjeta de crédito, cheque, letra de cambio o cualquier otra forma que pueda utilizarse en el comercio convencional.

Se puede afirmar que en su mayor parte, estos mecanismos de pago tradicionales han podido adaptarse al entorno electrónico; aunque con algunas modificaciones y limitaciones, lo que ha desembocado en distintos esfuerzos por desarrollar alternativas.

Cabe mencionar que dependiendo de la región, los pagos del comercio electrónico pueden ser muy distintos, dependiendo de las tradiciones y de la infraestructura. Sin embargo, en general, los vendedores a través de internet tratarán de soportar el mayor número posible de sistemas de pago con el fin de atraer más clientes, como ocurre ahora en el comercio tradicional.

No existe una definición legal sobre qué ha de entenderse por medio electrónico de pago. Con carácter general, puede conceptualizarse dentro de este, "aquellos que permiten el acceso a distancia a una cuenta bancaria, considerándose en particular las tarjetas de pago y el dinero electrónico, en cualquiera de las formas que puede presentarse al mismo."⁹

⁹ <http://hdl.handle.net/10662/1767> (Consultado: 08 de marzo de 2018)



1.7.1. Clasificación de los medios electrónicos de pago

Los sistemas electrónicos de pago pueden clasificarse en múltiples categorías, si se atiende a la funcionalidad del método empleado se dividen en sistemas prepago, postpago y pago simultáneo. Esta diferenciación adquiere importancia práctica y jurídica ya que sirve para determinar el momento en que el pago ha tenido lugar y el deudor queda liberado de su obligación.

Dentro de los medios prepago se ubica el dinero electrónico. En el sistema de pago simultáneo se encuentran las tarjetas de débito, cuyo funcionamiento se basa en una transferencia electrónica de fondos que tiene lugar simultáneamente a la presentación del instrumento. Y dentro de los sistemas de postpago, los cheques electrónicos y las tarjetas de crédito, las cuales se caracterizan por la espera de que el pago se haga efectivo o que el dinero sea ingresado en la cuenta del vendedor para que se produzca de manera plena los efectos solutorios del pago.

Otra clasificación que atiende a la magnitud del pago los divide en tres sistemas: micropagos, pagos de escasa cuantía y macropagos. En virtud de esta clasificación, “entre los micropagos se incluyen aquellos sistemas por los que se crea una moneda específica que opera entre comerciante y cliente de un valor reducido. En lo que respecta a la escasa cuantía destaca la aparición del dinero electrónico que se presenta como un



sistema de especial relevancia. Finalmente en las transacciones de mayor cuantía se incluyen las tarjetas de pago en sus diversas modalidades.”¹⁰

1.8. Seguridad en el comercio electrónico

La seguridad resulta necesaria con carácter general para el funcionamiento del comercio electrónico; y en particular, respecto de la utilización de medios de pago electrónico en redes abiertas como internet en la que se plantea la realización de pago con sistemas que pueden resultar vulnerables ante acciones ilícitas de terceros.

Para el éxito del comercio electrónico es necesario asegurar la confianza del consumidor en la fiabilidad y protección de las transacciones comerciales. De hecho, los clientes son reacios a proporcionar información sobre sus tarjetas de crédito en internet. En este sentido, según afirma Josep Pegueroles Vallés, los servicios básicos de seguridad requeridos para que se confíe en las transacciones económicas sobre este tipo de medios electrónicos son:

- a. “Privacidad, o protección frente a escuchas: Este servicio es especialmente importante para transacciones en las que los números de tarjetas de crédito se envían a través de la red.

¹⁰ <https://www.marcialpons.es/libros/el-dinero-electronico-en-internet/9788481519952/> (Consultado: 10 de marzo de 2018)

- b. Identificación de usuario o protección frente a suplantación de personalidad:
Cualquier intercambio o transacción económica debe asegurar que los participantes en esa transacción sepan con quién están tratando.

- c. Autenticación: Protección frente a posteriores negaciones de servicio prestado o recibido.”¹¹

1.9. Usos delictivos de internet

El delito cibernético se está convirtiendo en un problema más grave cada vez para las organizaciones comerciales y los consumidores. Para los delincuentes internet ha creado formas completamente nuevas y lucrativas para cometer hechos ilícitos, esto debido a que internet no se diseñó para ser una mercado global de millones de usuarios, por lo cual carece de muchas características básicas de seguridad que sí se encuentran en redes más antiguas como el sistema telefónico o las redes de transmisión televisiva.

El fraude con tarjetas de crédito en línea y los ataques de *phishing* son quizá la forma más notable de la comisión de delitos en el comercio electrónico. A pesar de esto el fraude con tarjetas de crédito en línea está disminuyendo a medida que los comerciantes y las compañías de crédito aumentan los sistemas de seguridad para prevenir los tipos más comunes de fraude de bajo nivel. Pero la naturaleza de fraude con tarjetas de crédito

¹¹ <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/9763/Article008.pdf?sequence=1>. (Consultado: 07 de marzo de 2018)



ha cambiado mucho; yendo del robo de un número de tarjeta y los intentos de comprar mercancía en algunos sitios, hasta el surgimiento del robo de identidad.

El delito cibernético dirigido contra los sitios de comercio electrónico es dinámico y todo el tiempo está cambiando, por lo cual aparecen nuevos riesgos con frecuencia. El principal riesgo como consumidor es no obtener aquello por lo que se pagó, y como comerciante su riesgo es que no reciba el pago de lo que vende.

Los comerciantes y consumidores del comercio electrónico enfrentan muchos de los mismos riesgos de que los participantes en el comercio tradicional, pero ahora en un nuevo entorno digital.

La reducción de los riesgos en el comercio electrónico es un proceso complejo que involucra nuevas tecnologías, pero estas tecnologías no resuelven el problema por sí solas. Se requieren políticas y procedimientos organizacionales para garantizar que las tecnologías no se trastornen. Por último, se requieren estándares industriales y leyes gubernamentales para hacer cumplir los mecanismos de pago e investigar y procesar a los que violan las leyes designadas para proteger la transferencia de la propiedad en las transacciones comerciales electrónicas.

Se puede concluir entonces que, una buena seguridad en el comercio electrónico, requiere de un conjunto de leyes, procedimientos, políticas y tecnologías, que en lo



posible, protejan a los individuos y las organizaciones contra el comportamiento inesperado en el mercado electrónico.

En el comercio tradicional hay un porcentaje considerable de fraudes con tarjetas de crédito. En Guatemala el consumidor está protegido por la figura delictiva de estafa por medio de tarjeta de crédito regulado en el Código Penal, Decreto 17-73 del Congreso de la República de Guatemala, Artículo 264 bis que establece que "...Comete delito de estafa quien obtenga o utilice de forma indebida, información electrónica y acceda a los equipos electromagnéticos emisores u operadores, así como quien manipule o modifique un cajero automático con el objeto de obtener los datos de los tarjetahabientes y quien obtenga o use individualmente o colectivamente la información sobre los clientes u operaciones registradas por los emisores u operadores...".

Sin embargo en el comercio electrónico, si bien existen fraudes, se caracteriza por una falta de regulación al respecto, pues no únicamente se concretan por medio de tarjeta de crédito. Es así que queda un vacío legal que brinde de alguna protección a sus usuarios y configurando un espacio vulnerable que repercute en el mismo comercio electrónico, pues existe una percepción de desánimo que recae sobre los consumidores.



CAPÍTULO II

2. Protección al consumidor en el comercio electrónico

La creciente competencia en el mercado electrónico globalizado ofrece beneficios nuevos y ventajas sustanciales a los consumidores. Sin embargo, estas ventajas solo pueden concretarse plenamente con la confianza del consumidor en el comercio electrónico. Y entre los elementos esenciales para construir dicha confianza se encuentra la protección del consumidor en esta esfera electrónica, entendiendo dicha protección como una regulación legal que desde distintos ámbitos pueda brindar seguridad jurídica en las transacciones comerciales que entre los participantes del comercio electrónico se realicen.

El comportamiento del consumidor en línea se parece al comportamiento del consumidor fuera de línea, con algunas diferencias obvias. Sin embargo, por la novedad y rápido desarrollo de las nuevas tecnologías, muchas veces quedan desprotegidos y se constituye una vulnerabilidad que afecta el crecimiento económico.

Y es que las estructuras jurídicas, comerciales y financieras; fueron creadas para ocuparse de transacciones físicas, y actualmente pueden ser insuficientes para permitir la adecuada ejecución de los contratos electrónicos. En el presente los consumidores, sean personas físicas o jurídicas, sufren incertidumbre respecto del nivel de privacidad, seguridad, autenticación y protección con el que gozan.



El comercio electrónico tiene la potencialidad de aumentar la oferta dirigida al consumidor, estimular la competencia en materia de precio calidad y servicio, y de brindar mayor y mejor información a los consumidores previo a la toma de decisiones. Pero al mismo tiempo, el comercio electrónico podría facilitar maniobras dirigidas a defraudar a los consumidores, pues les dificulta la evaluación de riesgos. Asimismo, crea nuevos desafíos para las empresas que deben diseñar e implementar diversas estructuras de protección de las transacciones que realizan con sus clientes.

La realidad es que en la tipificación de delitos informáticos y protección a la propiedad intelectual su principal promotor han sido las empresas que, con justa razón, buscan proteger las altas inversiones realizadas en tecnología y que muchas veces son su medio para subsistir. Sin embargo, no deja de resultar obvia la desprotección en la cual se encuentra un grupo no minoritario: los consumidores.

2.1. Derechos de los consumidores en Guatemala

“El fenómeno novedoso de las últimas décadas ha sido la consolidación de la política de protección a los consumidores; el objeto de esta política consiste en ayudar a los consumidores a encontrar el papel que la teoría económica tradicional les ha prestado sin duda, pero el medio real de la sociedad moderna les ha hecho perder; dicha política



buscará restablecer cierto equilibrio entre recursos y los poderes respectivos de los actores participantes del sistema.”¹²

Los derechos del consumidor y el usuario son producto de un largo camino evolutivo que, entre luchas de intereses, se han definido en busca de la equidad entre las partes participantes de una transacción económica. Y es que la relación comercial existente entre consumidores y proveedores, es contrapuesta, y casi siempre desigual. Por esta razón se han trabajado mundialmente, tanto entidades no gubernamentales como entidades estatales, en el establecimiento claro de parámetros que permitan una actividad económica más justa.

Para desarrollar los derechos que les atañen a los consumidores guatemaltecos este debe conceptualizarse. Dicha definición se establece en el Artículo 3 del Decreto 006-2003 Ley de Protección al Consumidor y al Usuario como aquella “persona individual o jurídica de carácter público o privado, nacional o extranjera, que en virtud de cualquier acto jurídico oneroso o por derecho establecido, adquiera, utilice o disfrute de bienes de cualquier naturaleza”

Esta normativa reconoce distintos derechos a los consumidores y usuarios con el objetivo de brindarles protección. Entre los principales derechos reconocidos se encuentran, sin

¹² Morales Hernández, Brenda Areli. **Análisis jurídico sobre la protección de los derechos del consumidor y usuario ante la contratación electrónica vía internet.** Pág. 2



perjuicio de otros reconocidos por distintas leyes que podrían complementarnos y
adicionarlos:

- a. La protección a la vida, salud y seguridad; en la adquisición, consumo y uso de bienes y servicios.
- b. Derecho a la libertad de elegir cualquier bien o servicio.
- c. Derecho a la libertad de contratación.
- d. Derecho a recibir información clara y verdadera.
- e. Derecho a que reparen, cambien o devuelvan el dinero por incumplimiento del proveedor.
- f. Derecho a la reposición del producto cuando la calidad o cantidad sea inferior a la indicada.
- g. Derecho a la sostenibilidad de precios con el que se promoció el bien o servicio.
- h. Derecho a la devolución al proveedor de aquellos bienes que no se hayan solicitado.
- i. Derecho a recibir educación que permita conocer sus derechos y obligaciones.
- j. Derecho a utilizar el libro de quejas para dejar registro de cualquier inconformidad.

2.2. Ley de Protección al Consumidor y al Usuario

Como respuesta a la evolución histórica del derecho del consumo, Guatemala introduce una serie de Artículos constitucionales, que debido a su rango, han mostrado ser el pilar



para la posterior creación de una legislación ordinaria que recopila doctrina, derechos, obligaciones y procedimientos en torno a la protección del consumidor y el usuario.

La Constitución Política de la República de Guatemala establece en el Artículo 119 Literal l) que es obligación del Estado “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”.

Dicha obligación gubernamental ha sido reconfirmada en diferentes sentencias de la Corte de Constitucionalidad. La cual establece que “el Estado tiene como obligación defender a los consumidores 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” esto según la gaceta jurisprudencial No. 40. Expediente 525-95.

Dando seguimiento a esta obligación, el Congreso de la República de Guatemala aprueba el 18 de febrero de 2003 el Decreto 006-2003 Ley de Protección al Consumidor y al Usuario. Y posteriormente se emite su Reglamento mediante el Acuerdo Gubernativo Número 777-2003.

El Decreto 006-2003 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. Las normas reguladas en esta ley son tutelares de los



consumidores y usuarios y constituyen un mínimo de derechos y garantías de carácter irrenunciable de interés social y de orden público.

Dicha Ley está compuesta por 106 Artículos y 7 disposiciones finales y transitorias. Está dividida en 9 capítulos en donde regula disposiciones generales, conceptos esenciales, derechos y obligaciones de las partes en la relación comercial, disposiciones especiales, información y publicidad, normalización y metrología, créditos para el consumo, prestación de servicios, servicios públicos, seguridad de los productos y servicios, dirección de atención y asistencias al consumidor, infracciones y sanciones y procedimientos administrativos para la solución de conflictos.

2.2.1. Contrato de adhesión

El contrato es la principal fuente generadora de derechos para los consumidores, por lo que es recomendable analizar el carácter de la contratación en el mundo moderno con sus cambios y transformaciones. De ahí que sea importante desarrollar un tipo de contrato que debido a las ventajas para los intervinientes en el comercio electrónico se ha desarrollado y utilizado cada vez en mayor medida, este es el contrato de adhesión.

Con los cambios sociales, económicos y tecnológicos; cambió todo el sistema de vida social incluyendo el sistema comercial. Lo que hizo necesario que el contrato sufriera también una serie de cambios de orden técnico que le permitieran adaptarse a su entorno. Si bien este contrato no necesariamente se realiza para transacciones



electrónicas, ha encontrado en este entorno electrónico el medio ideal para perfeccionarse, esto debido a su rapidez y sencillez.

“Es innegable el efecto que sobre la contratación ha tenido la masificación de la sociedad, todo el mundo se mueve a un ritmo estándar. Las personas al obrar con gran celeridad en el mundo moderno deben de recurrir a mecanismos que satisfagan rápidamente sus necesidades, pues como los medios tradicionales de realizar los acuerdos ya no prestan la misma utilidad, deben buscarse así nuevas formas de contratar. Aparece entonces el contrato por adhesión como el mecanismo eficaz de realizar las transacciones modernas”.¹³

Esta forma de contratación se encuentra tipificada en la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario en su Artículo 47 que lo norma como “aquel cuyas condiciones son establecidas unilateralmente por una de las partes, sin que la otra pueda discutir o modificar su contenido en el momento de contratar”.

Cabe resaltar que entre sus características está que podrán constar en formularios ya impresos o reproducidos y deberán estar escritos en idioma español con tamaño de letra y caracteres legibles a simple vista. Se agrega una característica tutelar en donde no se dará efecto legal alguno a cualquier cláusula que no cumpla con dichos requisitos;

¹³ <http://www.liberlex.com/archivos/consumidorescb.pdf> (Consultado: 22 de marzo de 2018)



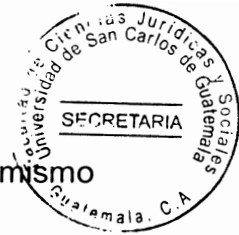
además no deberá hacerse relación a textos o documentos que no se proporcionen al consumidor o usuario simultáneamente a su suscripción.

En cuanto a su forma de interpretación, la ley es clara al establecer que las cláusulas de dichos contratos se interpretarán siempre de acuerdo al contenido literal de las mismas; y en caso de duda, deberá interpretarse en el sentido más favorable al consumidor o usuario. Precisamente esta protección responde a la desventaja de la contraparte de adherirse sin poder determinar el contenido o negociar los términos.

“Se debe de tener en cuenta que el contrato por adhesión no es un tipo especial de contrato, sino puede ser cualquier contrato el que tiene su origen en esta forma especial de contratación. Y que existe en él un sujeto con mayor poder en relación con el otro capaz de imponer un conjunto de condiciones generales imposible de modificarlas, y a las que tan sólo han de adherirse sus destinatarios.”¹⁴

) Es un hecho que en el comercio presente se desarrolla entre los comerciantes tradicionales y aquellos que ofrecen sus mercancías vía electrónica una guerra. En esta batalla las empresas han buscado incentivos y eliminar formalidades. Es en esta brecha de la facilidad que el contrato de adhesión mantiene un papel protagónico, pues facilita transacciones comerciales con un simple clic brindando un atractivo para los consumidores y usuarios. Además que en condiciones ideales, el contrato de adhesión

¹⁴ **Ibid.**



es útil para tratar con un número grande de individuos a quienes se les oferta un mismo bien o servicio, y mediante enlaces obtener fácilmente una aceptación.

2.3. Papel del Estado respecto a los derechos de los consumidores y usuarios

Si bien el comercio electrónico es un rompimiento al orden tradicional de mercado, este nuevo concepto de contratación no puede traducirse en una merma de las garantías admitidas por el ordenamiento jurídico. En otras palabras, el derecho no puede resultar insensible a los derechos de los usuarios, consumidores, e incluso proveedores electrónicos; que pueden verse afectados por la forma digital de contratar, especialmente a la hora de hacerlos valer.

El derecho en general, y la legislación de defensa de los usuarios y consumidores de manera muy particular, en las relaciones jurídicas bilaterales, protege a la parte más débil. En caso de duda en un contrato de servicios, es el usuario el más necesitado de protección frente al titular de los medios de producción. De ahí que los poderes públicos deban intervenir para hacer posible que la igualdad entre ambas partes sea real y efectiva.

“Es el Estado el principal garante y responsable por la efectiva protección de los consumidores. Una política que pretenda amparar a una clase de sujetos débiles jurídicamente, necesariamente debe ser impulsada desde el propio Estado. Él es el único en condiciones de equilibrar esa desvirtuada relación de fuerzas. No obstante ello, debe



ser debidamente destacado que la intervención del Estado en la materia no obedece a su potestad de la fuerza sino que le viene impuesta por su intrínseca obligación de asegurar y preservar el bienestar de la población.”¹⁵

Es en este ámbito que se llega a discutir lo relativo al intervencionismo estatal. Este fenómeno se desarrolla cuando el Estado, haciendo a un lado la autonomía de la voluntad, establece con su presencia y vigilancia el cumplimiento de manera imperativa de las normas que conforman el derecho de protección al consumidor y al usuario. Esto con la finalidad de evitar los actos y prácticas desiguales e injustas.

Aunque cabe mencionar que ni un excesivo control de la economía, ni una mayor libertad de mercado son condición suficiente, cualquiera de ellas por separado, para propiciar un proceso de desarrollo económico armónico y sustentable. Y que la frontera de las soluciones se encuentra construida a partir de la intersección de ambos elementos; Estado y mercado.

La sociedad requiere un eficiente funcionamiento de la economía, al mismo tiempo que establece como necesario un nivel adecuado de justicia social. Su equilibrio tiene que ver con los problemas a los que ha de enfrentarse cada gobierno y sociedad, y como esta define sus dificultades y determina prioridades. Es por ello que generalmente es aceptado el papel de policía que juega el Estado en estos ámbitos de comercio

¹⁵ Guerrero Barco, Héctor Edmundo. **Análisis jurídico del derecho de consumo y su incidencia en el consumidor electrónico**. Pág. 76



electrónico donde a través de su intervención se materializa su fin último, el cual es la justicia y el bienestar.

2.4. La vulnerabilidad del consumidor electrónico

Esta es una era en que existen diferentes modelos de contratación para la adquisición, tanto de productos básicos como los que no lo son, donde se reputan consentidos y perfeccionados mediante medios de aceptación novedosos, y en donde el medio tradicional comercial ha evolucionado hasta convertirse remoto a través de medios electrónicos. Pero a su vez, en los que las normas sobre protección para consumidores no se han adaptado a las particularidades de su interfaz. Esto es un claro ejemplo de la vulnerabilidad que diariamente se encuentran aquellos que participan en estas transacciones y donde queda claro que el derecho de consumo debe someterse a una constante revisión de dicha protección.

Es fundamental entender la razón de ser del derecho de consumo. Este funciona en torno al concepto de consumidor, al cual se le atribuye particulares condiciones que lo hacen vulnerable a determinadas prácticas de mercado, o en distinto término, se encuentran en desventaja en comparación con la otra parte contratante. Es decir, la tutelaridad brindada sobre estos sujetos contractuales se fundamenta en la vulnerabilidad que se le atribuye.

Pero la diferencia radica en que si bien los consumidores en el comercio tradicional se encuentran en desventaja, esta aumenta al encontrarse frente a un entorno electrónico,



ya que esta contratación remota permite que elementos escapen de su dominio, tanto particular como estatal y jurídico, pues lo novedoso del medio hace que la protección tradicional no cumpla su función o lo haga de manera parcial.

2.5. Conflictos de los derechos del consumidor y el usuario ante la contratación electrónica

Probablemente, el principal factor que evita que más personas se adentren en el comercio electrónico es la confianza. Este se deriva del temor contra el fraude, de un uso incorrecto de información personal, fallas en los sistemas de pago, o falta de seguridad jurídica en torno a la resolución de controversias, entre otros. Estos son algunos de los objetivos principales en los que la ciencia jurídica debe dirigir sus esfuerzos para su solución y así lograr afianzar la economía en ese sector. En ese sentido a continuación se detalla de manera breve algunos de los factores principales:

- a. Protección contra el fraude: Una vez se realice una transacción comercial electrónica el consumidor tendrá varias preguntas. Entre ellas las más comunes serán si efectivamente se entregará el producto, margen del tiempo de entrega, si se debitó el saldo correcto, etc. Y por supuesto, el más importante ¿cuál es la protección jurídica con la que goza para realizar cualquier reclamación? Si bien es cierto la legislación nacional será flexible para aplicarse en estos casos, existe incertidumbre sobre la manera precisa de poder hacer valer cualquier reclamación, pues al ser una mera adaptación existe un margen de



incompatibilidad. Entre las principales problemáticas están: la distancia jurisdicción.

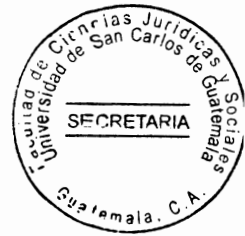
- b. Prácticas comerciales injustas: El modelo de competencia perfecta de la eficiencia en el mercado no se ha materializado. Comerciantes y vendedores están introduciendo continuamente asimetrías en la actividad comercial. Muchas veces se utiliza el medio como un facilitador para no responder totalmente de las obligaciones derivadas del contrato. El internet se suma a las oportunidades disponibles para los defraudadores, y se aprovechan con publicidad falsa o engañosa y trucos y mentiras diseñadas para cometer actos injustos. Aprovechándose de la dificultad y poca protección para los usuarios y compradores.

- c. Respeto a la privacidad del consumidor: Dado que el internet y la web son excepcionalmente adecuados para rastrear la identidad y el comportamiento de los individuos en línea; el comercio electrónico plantea dificultades para preservar la privacidad, es decir, la capacidad de los individuos para imponer límites en el tipo y cantidad de información recolectada sobre ellos y de controlar el uso que se le da a dicha información.



Parecería que no sucede nada por dar un dato personal a una empresa. Pero los datos se suman, se agregan, se analizan y se utilizan; muchas veces, en detrimento de los usuarios. A veces se usan para determinar el poder adquisitivo de cada usuario y qué tan interesado está en un producto para poder cobrarle el precio más alto que esté dispuesto a pagar. También se pueden utilizar para discriminar a alguien por su raza o por cuestiones de salud, etc. Es por ello que la privacidad no es un tema que debe tomarse a la ligera, pues mal utilizada puede llegar a repercutir negativamente en la experiencia del consumidor .

- d. Educación frente a la nueva realidad: Los países deben continuar aplicando la protección al consumidor existente, modificada en lo necesario a los efectos de reflejar la naturaleza del medio, de tal forma que los consumidores en línea reciban una protección tan eficaz como aquellos que realizan transacciones tradicionales. Con este propósito, los gobiernos deben promover la educación de empresas y consumidores sobre los riesgos y las ventajas de las transacciones en línea, y trabajar junto con organizaciones y consumidores para desarrollar principios y mecanismos, incluyendo procedimientos rápidos, simples y eficaces de resolución de quejas de consumidor.



CAPÍTULO III

3. Propiedad intelectual

La propiedad intelectual es la forma bajo la cual el Estado protege el resultado del esfuerzo creador del hombre y algunas de las actividades que tienen por objeto la divulgación de esas creaciones. Se entiende que es toda creación del intelecto humano, el cual dirige sus esfuerzos a proteger los intereses de los creadores al ofrecerles prerrogativas en relación con sus creaciones.

De la importancia que reviste proteger la propiedad intelectual se deja por primera vez constancia en el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, de 1883; y el Convenio de Berna para la Protección de Obras Literarias y Artísticas, de 1886. De la administración de ambos tratados se encarga la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual –OMPI–.

3.1. Definición

Según el Instituto Centroamericano de Administración Pública, la propiedad intelectual en sentido estricto se refiere a “aquella parte del ordenamiento jurídico que define las creaciones humanas protegidas en el campo literario y artístico, así como en el campo de la industria y el comercio; el nivel de protección que se reconoce a cada una de ellas;



los requisitos que en cada caso permiten acceder a esa protección; y las condiciones a que queda sujeto su ejercicio y su tutela legal.”¹⁶

La OMC establece que “La propiedad intelectual puede ser definida como las creaciones de la mente humana. Los derechos de propiedad intelectual por su lado, son derechos legales que buscan proteger dichas creaciones. A diferencia de los derechos sobre la propiedad física, los derechos de propiedad intelectual generalmente le otorga a su dueño sus beneficios por un tiempo limitado para evitar que otros puedan hacer uso de dicha propiedad, esto también puede ser condicionado a ciertos criterios.”¹⁷

María Clara Lima, abogada, especialista en propiedad intelectual señala que “lo que se llama propiedad intelectual, en general, es un cúmulo de derechos que se genera con relación a todos los actos creativos, sea vinculado con trabajos de investigación científica, trabajos literarios, trabajos artísticos, nuevos desarrollos aplicados, marcas, productos. (...) De esa forma, todas las obras que se crean desde el intelecto son bienes intelectuales susceptibles de ser protegidos bajo algún sistema de propiedad intelectual o derecho de autor. La propiedad intelectual involucra muchas ramas: patentes, marcas, derechos sobre las obtenciones vegetales, indicaciones geográficas, diseños y modelos industriales, y lo que se llama derecho de autor específicamente que es la protección de

¹⁶ <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan043133.pdf> (Consultado: 11 de abril de 2018)

¹⁷ https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/trips_econprimer1_e.pdf (Consultado: 10 de abril de 2018)



las creaciones científicas, artísticas, literarias, software, bases de datos, planos, croquis, entre otras.”¹⁸

En conclusión, la propiedad intelectual es un término que se ha impuesto internacionalmente como un concepto amplio que engloba las creaciones del ingenio humano, las artes, las invenciones y todo lo que es producto del intelecto del hombre. Con referencia a los otros dos tipos de propiedad (mueble e inmueble) puede decirse, de una manera simplificada, que la propiedad intelectual tiene que ver con elementos o piezas de información posibles de ser incorporados en objetos tangibles; en un número limitado de copias al mismo tiempo, que pueden estar ubicadas en distintos lugares del mundo.

3.2. Clasificación bipartita de la propiedad intelectual

La propiedad intelectual comprende dos grandes esferas: el derecho de autor y la propiedad industrial.

La adopción del término genérico propiedad intelectual para abarcar las dos ramas corresponde con la evolución de la administración de las Uniones Internacionales nacidas a fines del siglo pasado para la respectiva protección de ambos tipos de propiedad incorporeal: la Unión de París, creada por el Convenio de París para la

¹⁸ <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/237/176> (Consultado: 10 de abril de 2018)



Protección de la Propiedad Industrial, de 1883; y la Unión de Berna, surgida del Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, de 1886.

- a. Derechos de autor: Acorde a lo establecido por la OMPI el derecho de autor es la terminología utilizada para “describir los derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas. Las obras que se prestan a la protección por derecho de autor van desde los libros, la música, la pintura, la escultura y las películas hasta los programas informáticos, las bases de datos, los anuncios publicitarios, los mapas y los dibujos técnicos.”¹⁹

El objeto de este derecho es la protección de la creación resultante de la actividad intelectual de una persona en los campos literarios y artísticos. Para que una obra sea susceptible de protección esta debe ser:

- a) formal: es decir, que la protección no se concede a las ideas que se manifiestan en la obra, sino a su expresión formal;
- b) original: es decir que la obra debe ser una expresión original del autor y;
- c) susceptible de divulgarse: pues la obra debe poder comunicarse al público sin importar el medio de expresión utilizado.

Los creadores de obras protegidas por derechos de autor gozan de ciertos derechos básicos, entre ellos el derecho exclusivo de utilizar o autorizar a terceros que utilicen la

¹⁹ <http://www.wipo.int/copyright/es/> (Consultado: 22 de octubre de 2018)



obra en condiciones previamente convenidas. Además puede autorizar o prohibir su reproducción, su interpretación o ejecución, su radiodifusión, su traducción a otros idiomas o su adaptación.

Estrechamente relacionados con estos derechos se encuentran los derechos conexos. Los cuales son aquellos que conceden derechos similares o idénticos a los del derecho de autor, aunque a veces más limitados y de más corta duración. Los beneficiarios de dichos derechos son: los artistas, intérpretes o ejecutantes, respecto de sus interpretaciones o ejecuciones; los productores de grabaciones sonoras respecto de sus grabaciones; y los organismos de radiodifusión respecto de sus programas de radio y de televisión.

- b. Propiedad industrial: La amplia aplicación que tiene el término industrial se explica en el Convenio de París Artículo 1 donde establece que “La propiedad industrial se entiende en su acepción más amplia y se aplica no solo a la industria y al comercio propiamente dichos, sino también al dominio de las industrias agrícolas y extractivos de todos los productos fabricados o naturales”

En este sentido, y complementariamente, la propiedad industrial es un tipo de propiedad intelectual que protege otras creaciones del ingenio humano, como lo son las invenciones y los dibujos y modelos industriales.



Según el Instituto Centroamericano de Administración Pública la propiedad industrial es definida como “El conjunto de disposiciones cuyo objeto es la protección de las creaciones que tienen aplicación en el campo de la industria y el comercio -invenciones, marcas, nombres comerciales, indicaciones geográficas, dibujos y modelos industriales y esquemas de trazado de circuitos integrados- y la protección contra la competencia desleal incluyendo aquellos actos que infringen los llamados secretos industriales o secretos empresariales”²⁰

El objeto de este derecho suele consistir en la protección de signos que transmiten información, en este caso, especialmente a los consumidores de lo que respecta los productos y servicios disponibles en el mercado. Dicha protección tiene por finalidad impedir toda utilización no autorizada de dichos signos y que pueda inducir a error a los consumidores así como a toda práctica que induzca a error en general.

3.3. Importancia de su protección

Los derechos de propiedad intelectual recompensan la creatividad y el esfuerzo humano que estimulan el progreso de la humanidad. Esta protección es un componente esencial en el fomento de la creatividad humana y la innovación, pues ofrece a los autores, artistas

²⁰ <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan043133.pdf> (Consultado: 11 de abril de 2018)



y creadores; incentivos en forma de reconocimiento y recompensas económicas equitativas.

No hay que olvidar que el progreso y bienestar de la humanidad radica precisamente en su capacidad de lograr nuevas creaciones, lo que se logra a través de su incentivo. La protección jurídica de cualquier nueva creación alienta la inversión de recursos, lo que a su vez, induce a seguir innovando.

Un sistema de propiedad intelectual eficaz y equitativo puede contribuir a que los países que lo desarrollen tengan a su disposición un instrumento poderoso de evolución económica y de bienestar social y cultural. Dicho sistema ayuda a establecer un equilibrio entre los intereses del innovador y el interés público, proporcionando un entorno en el que la creatividad y la invención puedan crecer y ser de beneficio para todos.

Se puede afirmar entonces, que la promoción y protección de la propiedad intelectual, estimula al crecimiento económico, genera nuevos empleos e industrias, y mejoran la calidad y disfrute de vida.

3.4. Problemática de la propiedad intelectual en internet

La posibilidad de copiar perfectamente la información electrónica y distribuirla instantáneamente a todo el mundo, más el crecimiento del comercio electrónico, causa a los gobiernos y titulares de propiedad intelectual ciertos problemas relacionados con la



adecuada y efectiva protección de las obras, producciones e interpretaciones que se encuentran en internet.

Los titulares de esos derechos de autor, productor y artistas, intérpretes o ejecutantes; deben poder confiar que están protegidos en la red. La protección legal de la propiedad intelectual en el entorno del internet preserva los incentivos de crear contenidos para los sitios locales y alienta a distribuirlos globalmente. Asimismo, los consumidores deben poder confiar en que las marcas de fábrica o de comercio son indicadores confiables del origen y la calidad de sus compras electrónicas. Pues como es sabido, dicha protección le otorga la confianza a los consumidores para fiar en marcas internacionales ya que evita la falsificación y la piratería.

Cuando se da la creación de un sitio de comercio electrónico, este tendrá un propietario, el cual gozará de los derechos exclusivos de usar dicha propiedad en cualquier forma legal que desee. Pero internet tiene el potencial de cambiar el estado de las cosas. Una vez que las obras intelectuales se vuelven digitales resulta difícil controlar su acceso, uso, distribución y reproducción. Y estas son precisamente las áreas que busca controlar la propiedad intelectual.

La proliferación de la innovación ha ocurrido tan velozmente que pocos creadores han considerado quién tiene la patente de una técnica o método de negocios que utilizan en su sitio. El espíritu de la web ha operado con tanta libertad que muchos empresarios ignoraron leyes de marcas y registraron nombres de dominio que se confunden con



facilidad con otras registradas de otra compañía. En pocas palabras, internet ha demostrado el potencial que tiene para destruir los conceptos tradicionales y las leyes de propiedad intelectual desarrolladas en los dos últimos siglos.

3.5. Regulación constitucional sobre la propiedad intelectual

La Constitución Política de la República de Guatemala reconoce y protege el derecho de autor como un derecho inherente a la persona humana, garantizando en sus titulares el goce de la propiedad exclusiva de su obra, de conformidad con la ley y los tratados internacionales de los cuales la república de Guatemala forma parte, en este caso los Convenios de Roma y Berna.

A su vez, reconoce y protege el derecho a la libertad de industria y comercio, entre los que se incluye el derecho de los inventores, como derechos inherentes, garantizando a sus titulares el goce de la propiedad exclusiva de sus creaciones de conformidad con la ley y los tratados internacionales de los cuales forma parte Guatemala, en este caso el Convenio de París.

En concordancia con esto, el Artículo 42 de la Constitución Política de la República de Guatemala establece textualmente que “se reconoce el derecho de autor y el derecho de inventor; los titulares de los mismos gozarán de la propiedad exclusiva de su obra o invento, de conformidad con la ley y los tratados internacionales”.



Dicha obligación la ha reiterado constantemente en distintas sentencias de la Corte de Constitucionalidad en las que establece “(...) el derecho de autor, como inherente a la persona humana, es reconocido en el Artículo 42 de la Constitución, el cual comprende derechos morales y patrimoniales que protegen la paternidad, la integridad y el aprovechamiento de la obra, entre los que están la facultad de utilizar directa y personalmente la obra, de transferir total o parcialmente sus derechos sobre ella y de autorizar la autorización por terceros (...)” Según la gaceta No. 65. Expediente 1190-2001. Fecha de sentencia 17/07/2002.

Como es determinado en todo sistema jurídico, la Constitución Política de la República de Guatemala es la norma suprema del Estado, norma cuyo valor sirve de base para el conjunto de normas ordinarias. Razón por la cual, a manera de desarrollar dichos temas, surgen dos normas ordinarias principales: La ley de Propiedad Industrial y la del de Derechos Autor y Derechos conexos.

3.6. Leyes ordinarias sobre la propiedad intelectual

El Congreso de la República de Guatemala es el organismo del Estado que de conformidad con los poderes otorgados por la Constitución Política de la República de Guatemala tiene la facultad legislativa. Y de conformidad con su mandato ha creado dos normativas ordinarias cuyo principal objeto es otorgar orden y seguridad jurídica en cuanto a la propiedad intelectual, pues como se ha desarrollado de manera previa muchas son las ventajas que para el país esta regulación conlleva.



3.6.1. Ley de Propiedad Industrial

La Ley de Propiedad Industrial, Decreto 57-2000 del Congreso de la República de Guatemala, fue promulgada teniendo como antecedentes el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial y el Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio, por lo que debe entenderse que constituye la principal normativa de referencia sobre esa temática.

Dicha normativa entra en vigencia a partir del 1 de noviembre del 2000. Consta de 221 Artículos. Cuenta con su respectivo reglamento que entra a la esfera normativa a través del Acuerdo Gubernativo 89-2002, que tiene por finalidad desarrollar los procedimientos previstos para la inscripción de los derechos de propiedad industrial y lineamientos para el Registro de Propiedad Intelectual.

La presente ley tiene por objeto la protección, estímulo y fomento a la creatividad intelectual que tiene aplicación en el campo de la industria y el comercio; especialmente en lo relativo a la adquisición, mantenimiento y protección de los signos distintivos, de las patentes de invención y de modelos de utilidad y de los diseños industriales, así como la protección de los secretos empresariales y represión de la competencia desleal.



3.6.2. Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos

La Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos es materializada a través del Decreto 33-98 del Congreso de la República de Guatemala, la cual es resultado de la responsabilidad que adopta Guatemala al ser parte de la Convención Internacional sobre la Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión, adoptada en Roma; y el Convenio para la Protección de los Productores de Fonogramas contra la Reproducción no Autorizada de sus Fonogramas, adoptado en Ginebra.

Dicha normativa entra en vigencia a partir del 21 de junio de 1998. Consta de 139 Artículos. Cuenta con su respectivo reglamento que entra a la esfera normativa a través del acuerdo gubernativo 233-2003, que tiene por objeto desarrollar los procedimientos establecidos en la ley y normar de manera más específica los deberes asignados al Registro de Propiedad Intelectual, así como de todas aquellas funciones y atribuciones que se establecieron en la normativa ordinaria.

Esta Ley, según lo señalado en sus considerandos, surge a raíz de la problemática que el desarrollo de nuevas tecnologías para la difusión de las obras ha conllevado para la propiedad intelectual, esto debido a las nuevas modalidades de defraudación que día a día amenazan la actividad creadora del ser humano.



Su Artículo 1 señala la naturaleza jurídica de la normativa, estableciendo que es de orden público y de interés social y cuyo objeto de protección son los derechos de los autores de obras literarias y artísticas, de los artistas intérpretes o ejecutantes, de los productores de fonogramas y de los organismos de radiodifusión.

3.7. Principales conflictos de propiedad intelectual en internet

) El acceso, cada vez más común, a las posibilidades tecnológicas que las comunicaciones nos brindan actualmente, no deja de ser un campo muchas veces conflictivo, como se ha señalado anteriormente.

Desde la perspectiva de la propiedad intelectual se plantean múltiples problemas, sobre todo en la utilización comercial y las ventajas mercantiles de ciertas denominaciones, que dentro de internet pueden estar controladas por personas distintas a los titulares de los derechos establecidos sobre ellas.

) Esta problemática es la que a continuación se desarrollará, en donde se incluirán unas cuantas de las principales aristas de la problemática moderna.

3.7.1. Nombres de dominio

Una dirección IP puede representarse mediante una convención de lenguaje natural llamada nombre de dominio. Estos surgieron para reemplazar los códigos IP por dos sencillas razones: es más fácil recordarlos y posibilita un acceso intuitivo a la red.

Una de las primeras comunicaciones que tiene un sitio web de comercio electrónico con un posible cliente es a través de un localizador uniforme de recursos, URL por sus siglas en inglés, la cual también utiliza un nombre de dominio.

“Aunque su objetivo es facilitar la conexión entre los usuarios, los nombres de dominio han ido adquiriendo una importancia todavía mayor como identificadores comerciales y, como tales, han entrado en ocasiones en conflicto con los identificadores comerciales que existían antes de la llegada de Internet y que son objeto de protección por medio de derechos de propiedad intelectual.

En el ámbito de nombres de dominio, las controversias se derivan en gran parte del problema de la ciberocupación indebida, es decir, el registro anticipado de marcas en tanto que nombres de dominio efectuado por terceras partes. Los ciberocupas se aprovechan del hecho de que el sistema de registro de nombres de dominio funcione por riguroso orden de solicitud y registran nombres de marcas, personalidades y empresas con las que no tienen relación alguna. Dado que el registro de los nombres es relativamente sencillo, los ciberocupas pueden registrar cientos de esos nombres en



tanto que nombres de dominio. En su calidad de titulares de esos registros, los ciberocupas suelen subastar los nombres de dominio o tratan de venderlos directamente a la compañía o a la persona interesada, a un precio muy por encima del costo de registro. También pueden conservar el registro y aprovechar la popularidad de la persona o de la empresa con la que se asocia ese nombre de dominio para atraer clientes a sus propios sitios Web.”²¹

El actual estado de la legislación y de la práctica, ciertamente no permite abordar el tratamiento de estos supuestos con gran seguridad y certeza, y ello no solo por lo imprevisible de las prácticas que con el tiempo acaben por introducirse; sino también por la disparidad de principios y reglas existentes entre internet y el sistema de marcas.

3.7.2. Marcas

La marca, según la Ley de Propiedad Industrial en su Artículo 4 es “todo signo que sea apto para distinguir los productos o servicios producidos, comercializados o prestados por una persona individual o jurídica, de otros productos o servicios idénticos o similares que sean producidos, comercializados o prestados por otra.”

La marca se usa para identificar y diferenciar artículos o servicios, e indicar su procedencia, esto para proteger al público en el mercado, por medio de garantizar que

²¹ <http://www.wipo.int/amc/es/center/faq/domains.html#5> (Consultado: 14 de abril de 2018)

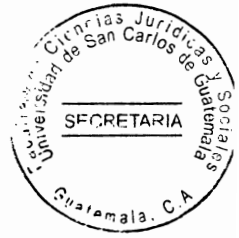


obtiene aquello por lo que paga y quiere recibir; y por último para proteger al propietario, que ha dedicado su trabajo contra la piratería y el despojo.

Internet puede convertirse en una fuente inagotable de conflictos para el sistema de marcas. Junto con los problemas de marcas y nombres de dominio, surgen otros motivados por la utilización de una marca ajena, especialmente propiciados por el cruce de la territorialidad del sistema de marcas con la globalidad de internet.

Siendo internet un espacio apropiado y cada vez más empleado para la promoción de servicios de toda índole, es un ámbito adecuado para que se susciten así los conflictos de marcas más básicos; esto es, los desencadenados por la utilización no consentida de una marca idéntica o similar a otra ajena para diferenciar productos idénticos o similares. El problema se agrava puesto que no existe seguridad jurídica en estos casos debido a la contraposición latente entre la territorialidad del sistema de marcas y la dimensión planetaria de internet.

Puede ser que una marca que sea empleada en internet sea utilizada de forma incompatible con la propia y que sea precisamente hecha por un tercero que sea titular de un derecho de marca válidamente adquirido según la legislación de otro Estado. A este y muchos conflictos surgidos en internet en donde existen enfrentamientos de titulares de marcas válidamente registradas, existe un riesgo de problemas territorialidad difíciles de resolver. Y así sucederá hasta que no se establezcan normas de carácter internacional que aborden el tratamiento a esta clase de conflictos.



3.7.3. Patentes

Según el Artículo 4 de la Ley de Propiedad Industrial, las patentes se definen como aquel “título otorgado por el Estado que ampara el derecho del inventor o del titular con respecto a una invención, cuyos efectos y alcance están determinados por esta ley.”

Una patente garantiza al propietario el monopolio exclusivo de las ideas planteadas en una invención. Para obtener dicha patente el solicitante debe demostrar que el invento tiene novedad, nivel inventivo y que sea susceptible de aplicación industrial.

La problemática de las patentes en la tecnología se puede exponer perfectamente con un caso concreto. Este es el conocido como el juicio del siglo por una patente en donde la empresa *Samsung* introduce al mercado en el año 2010 su teléfono inteligente *Galaxy S*, el cual era diseñado para competir directamente con el teléfono *Iphone* patentado por la empresa *Apple*, en este caso el nuevo modelo de celular lanzado al mercado ostentaba un diseño similar y con funcionalidades muy parecidas, tanto que *Apple* demanda a la empresa por infringir marcas registradas, patentes y competencia desleal. Según la empresa demandante se violaban patentes de herramientas de *Apple* que consisten en la interfaz del celular, arreglos de texto, etc.; así como patentes de características fundamentales que *Apple* había registrado con anterioridad, como el diseño físico del teléfono.



Samsung por su parte negó que infringiera patentes de *Apple*, además de cuestionar la integridad las patentes emitidas por la Oficina de Patentes de Estados Unidos. El 24 de agosto del 2012 el jurado deliberó y otorgo una victoria a *Apple* donde se concedía una reparación de \$1000 millones por concepto de perjuicios.

En cuanto a esta decisión se critica que si bien es positivo la actividad de patentar innovaciones, pues esta permite una recompensa financiera por la invención realizada, esta sobreprotección o protección irresponsable puede provocar desalentar la actividad innovadora; ya que una vez patentado un producto este ya no se puede mejorar, sino que tendrá que diseñarse por completo otro, esto debido a que cualquier uso sin la autorización del ostentante de la patente sería una infracción a la ley.



CAPÍTULO IV

4. Efectos transfronterizos del comercio electrónico

El comercio electrónico tiene un alcance global, pues su característica electrónica permite que las transacciones comerciales traspasen los límites nacionales con mayor facilidad que el comercio tradicional. En este sentido, el mercado virtual incluye a toda la población mundial que tenga acceso a internet sin limitaciones territoriales, lo que permite que este se expanda de manera veloz y se pueda afirmar la capacidad transfronteriza de esta actividad mercantil.

El existente fenómeno de la globalización también juega un papel importante que permite el aumento de las relaciones de consumo, lo que conlleva a su vez el incremento de litigios transfronterizos. Esto hace menester la búsqueda de alternativas y profundizar el tema de los efectos que, de manera internacional, tiene el comercio electrónico.

En este sentido se hace necesario, a partir de esta expansión, asegurar igualdad de derechos en relación de bienes y productos comercializados dentro del mercado común, a fin de lograr igual protección para el comercio electrónico. Y se encuentra en este esfuerzo una oportunidad para estimular el crecimiento económico, aumentar competitividad, fomentar inversiones y eliminar tanto barreras legales como tributarias y fronterizas.



4.1. Entes internacionales dedicados al comercio electrónico

Aunque en muchos sentidos el comercio electrónico es nuevo y diferente, ya son varias las instituciones que han unido esfuerzos por regular y comprender el nuevo fenómeno comercial. Cada una de estas generó estrategias y modelos de regulación que estiman pertinente se utilicen a nivel nacional, así como la creación de modelos uniformes que permiten coherencia en materia internacional.

Estos entes internacionales que se dedican al comercio electrónico internacional son de reciente data, esto debido a la reciente evolución del internet y del comercio electrónico. Pero, aunque sea evidente su temprana creación, han logrado obtener resultados positivos para la actividad comercial, por lo que es menester desarrollar las instituciones más importantes en esta materia en la presente investigación.

4.1.1. Organización Mundial del Comercio

La OMC se estableció el 1 de enero de 1995, pero su sistema de comercio tiene casi medio siglo de existencia. Su antecedente se remite del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio - GATT- grupo que por tiempos pasados estableció las reglas del sistema comercial. Y es en una de sus rondas realizadas en Uruguay entre 1986 y 1994 que dio lugar a la creación de la OMC. Se diferencian en que mientras el GATT se había ocupado principalmente del comercio de mercancías, la OMC y sus



acuerdos abarcan actualmente el comercio de servicios y los elementos de la propiedad intelectual que son objeto de transacciones comerciales.

Está integrada por 164 países miembros, que representan más o menos el 95% del comercio mundial, así como organismos internacionales que actúan como miembros plenos, y otras naciones que actúan como observadores. Guatemala forma parte a partir del 21 de julio de 1995 y es miembro del GATT desde el 10 de octubre de 1961.

- a. Estructura interna: Las decisiones son adoptadas por el conjunto de los países miembros. Normalmente esto se hace por consenso. El órgano superior de adopción de decisiones de la OMC es la Conferencia Ministerial, que se reúne al menos una vez cada 2 años. En el nivel inmediatamente inferior está el Consejo General normalmente compuesto por embajadores y jefes de la delegación en Ginebra, aunque a veces también por funcionarios enviados desde las capitales de los países miembros; y por último se encuentra el Consejo del Comercio de Mercancías, el Consejo del Comercio de Servicios y el Consejo de los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio.

La OMC cuenta igualmente con un importante número de comités y grupos de trabajo especializados que se encargan de los distintos acuerdos y de otras esferas, como el medio ambiente, el desarrollo, las solicitudes de adhesión a la Organización y los acuerdos comerciales regionales.



- b. **Objetivo:** La OMC es un organismo al que acuden los gobiernos miembros del mismo para tratar de arreglar los problemas comerciales que tienen entre sí. Su propósito primordial es ayudar a que las corrientes comerciales circulen con la máxima libertad posible, a través del consenso y fungiendo como un foro para que los gobiernos negocien acuerdos comerciales y puedan resolver sus diferencias, aplicando un sistema de normas que rigen la actividad comercial.

Los pilares sobre los que descansa este sistema, conocido como sistema multilateral de comercio, son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos u órganos internos correspondientes. Esos acuerdos establecen las normas jurídicas fundamentales del comercio internacional y proveen de un amplio patrón comercial internacionalmente aceptado. Estos acuerdos son esencialmente contratos que garantizan a los países miembros importantes derechos en relación con el comercio y que, al mismo tiempo, obligan a los gobiernos a mantener sus políticas comerciales dentro de unos límites convenidos en beneficio de todos y en concordancia con los intereses internacionales.

- c. **Principios rectores:** "Los principios fundamentales y rectores de la OMC siguen siendo la apertura de las fronteras, la garantía del principio de la nación más favorecida y del trato no discriminatorio entre los miembros, así como el compromiso de lograr la transparencia en sus actividades. La apertura de los



mercados nacionales al comercio internacional, con excepciones justificables, con la flexibilidad adecuada, fomentará y favorecerá el desarrollo sostenible, mejorará el bienestar de las personas, reducirá la pobreza y promoverá la paz y la estabilidad. Al mismo tiempo, esa apertura de los mercados debe ir acompañada de políticas nacionales e internacionales racionales que contribuyan al crecimiento económico y al desarrollo en consonancia con las necesidades y aspiraciones de cada uno de los Miembros.”²²

4.1.2. Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional

La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional -CNUDMI- fue establecida por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1966. La Asamblea General, al establecer la Comisión, reconoció que las disparidades entre las leyes nacionales que regían el comercio internacional creaban obstáculos para ese comercio, y consideró que, mediante la Comisión, las Naciones Unidas podría desempeñar un papel más activo en la reducción o eliminación de esos obstáculos. Así desde su constitución ha llegado a ser reconocida como el órgano jurídico central del sistema de las Naciones Unidas en el ámbito del derecho mercantil internacional.

- a. Estructura interna: La Comisión está integrada por 60 Estados miembros elegidos por la Asamblea General. Su composición es representativa de las diversas regiones geográficas y los principales sistemas económicos y jurídicos. Los

²² https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/wto_dg_stat_s.htm (Consultado: 24 de abril de 2018)



miembros de la Comisión son elegidos por períodos de 6 años y el mandato de la mitad de ellos expira cada 3 años. Guatemala actualmente no forma parte de la comisión, sin embargo si la conformó por 2 periodos en el pasado, el primero entre 1980 a 1986 y el segundo del 2004 al 2010.

Como ya se estableció los Estados miembros de la Comisión son elegidos. El resto de los Estados que no son miembros de la Comisión son invitados a asistir a los períodos de sesiones de la Comisión y sus grupos de trabajo en calidad de observadores. Los Estados observadores podrán participar en el esfuerzo colectivo por llegar a un texto que sea aceptable para todos. En cambio, no podrán oponerse a que se haga constar una decisión, ni tienen derecho a votar.

- b. Objetivo: La CNUDMI desde su creación, ha preparado una amplia gama de convenciones, leyes modelos y otros instrumentos relativos al derecho sustantivo aplicable a las operaciones comerciales o a otros aspectos del derecho mercantil que repercuten en el comercio internacional.

Cumple su función elaborando diversas clases de textos encaminados a modernizar y armonizar el derecho mercantil internacional. En general los textos son de carácter legislativo, como las convenciones, las leyes modelo y las guías legislativas; aunque se preparan textos de otra índole, como las reglas contractuales, que pueden incorporarse en contratos comerciales y en guías jurídicas.



- c. Principios rectores: Su mandato general consiste en promover la armonización y unificación progresivas del derecho mercantil internacional, por lo que estas dos ideas rigen su actuar como organismo.

“Los conceptos de "armonización" y "unificación" del derecho mercantil internacional se refieren al proceso por el cual se van creando y aprobando normas jurídicas que facilitan el comercio internacional. Éste puede verse obstaculizado por factores como la falta de previsibilidad de la ley aplicable o la pervivencia de leyes obsoletas, inadecuadas para la práctica comercial. La CNUDMI señala estos problemas y busca soluciones que sean aceptables para Estados de diferentes ordenamientos jurídicos y niveles de desarrollo económico y social.

Se entiende conceptualmente por "armonización" el proceso por el que pueden modificarse las leyes nacionales para aumentar la previsibilidad de las operaciones comerciales transfronterizas. La "unificación" puede considerarse como la aprobación por los Estados de normas jurídicas comunes aplicables a determinados aspectos de las operaciones comerciales internacionales.”²³

²³ http://www.uncitral.org/uncitral/es/about/origin_faq.html#harmonization (Consultado: 26 de abril de 2018)



4.1.3. Cámara de Comercio Internacional

La Cámara de Comercio Internacional es una organización empresarial mundial, de carácter representativo y única en su clase, de organizaciones empresariales de la economía mundial.

Es fundada en 1919 en Francia donde aún permanece su sede. Hoy agrupa a miles de empresas miembros, cámaras de comercio y asociaciones empresariales; procedentes de más de 130 países. Le pertenecen comités nacionales, establecidos en más de 90 países, que coordinan con sus miembros para dirigir los intereses de la comunidad empresarial y para hacer llegar a sus gobiernos los puntos de vista empresariales formulados por la cámara de comercio internacional.

Su trabajo ha sido importante para el comercio electrónico y el comercio internacional en materia de arbitraje, incoterms, cartas de crédito, títulos valores, protección al comercio, ferias y exposiciones, doble tributación y demás aspectos.

- a. Estructura interna: Está conformado por un Consejo Mundial que hace el rol de asamblea general, el cual está conformado por delegados empresarios. Consta así mismo de comités nacionales que ostentan la representatividad de sus países y que intervienen en pro de los intereses nacionales empresariales. Un comité ejecutivo el cual estará a cargo de la aplicación de las políticas y decisiones



tomadas por el Consejo Mundial. Y por último comisiones que se componen por centenares de expertos en negocios y política empresarial.

- b. Objetivo: Su misión es fomentar el comercio y la inversión entre las empresas del mundo en los distintos sectores, así como ayudarlas a enfrentarse a cada uno de los retos y oportunidades que la globalización ofrece. Su trabajo es de los llamados muy bajo perfil, sin embargo su influencia hasta hoy ha sido notable.
- c. Principios rectores: La Cámara de Comercio Internacional basa su agenda de trabajo en dos principios rectores: la sensibilización e influencia ante las instancias internacionales que afectan al comercio e inversión y el ofrecer servicios útiles a las empresas; y por segundo principio busca facilitar el intercambio comercial, esto a través de la recopilación y formulación de usos mercantiles uniformes para todo el mundo, elaboración de cláusulas o contratos tipo, ofrecer a la Corte Internacional de Arbitraje solucionar las disputas que se planteen entre operadores de diferentes países, servicios de prevención de delitos comerciales internacionales, entre otros.

4.2. Problemas de la actividad comercial transfronteriza

Hasta épocas muy recientes, la actividad comercial era circunscrita a un territorio. El comercio internacional era absolutamente limitado y las actividades internacionales en Guatemala, como en muchos países, se desarrollaban en puertos y en capitales de

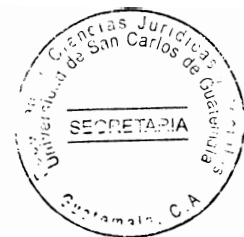


importancia comercial, y aun en estos territorios la actividad comercial al exterior era muy escasa.

Actualmente con la modernización y la aparición de las nuevas tecnologías de la información, se han abierto los medios para que no solo los ciudadanos; sino los comerciantes, puedan intercambiar de forma masiva información, así como bienes y servicios.

Desde los años 60 la Organización de las Naciones Unidas ha afirmado que las disparidades entre legislaciones nacionales que rigen el comercio internacional crean obstáculos para el comercio, lo cual es inconsistente con el proceso de conformación de grandes bloques económicos que requieren una plataforma jurídica integrada.

En este sentido, las respuestas normativas al fenómeno del comercio electrónico y cualquier actividad relacionada con el uso de las tecnologías, se caracterizan por tener enfoque internacional y ser armonizadas. En síntesis, el comercio electrónico requiere una aproximación jurídica coherente y coordinada internacionalmente, es por ello que se hace necesario su estudio para comprender de mejor manera el fenómeno transfronterizo del comercio electrónico.



4.2.1. Globalización

El uso de las tecnologías en las actividades comerciales cuestiona el rol y la eficacia de las barreras físicas o geográficas en el comercio internacional y contribuyen a acelerar el fenómeno de la globalización. Quien ofrece sus productos en internet está llegando a personas de cualquier parte del mundo e imprime a su actividad connotaciones de alcance internacional. Esta realidad debe ser considerada por quien estructura negocios en internet porque ello implica no solo respetar las normas locales, sino las regulaciones internacionales.

“En la actualidad, la globalización se acentúa en base a la internacionalización de la producción, el desarrollo tecnológico que deriva en las especializaciones y en la mayor concentración que promueve cambios estructurales en el mercado.”²⁴

Como todo producto humano, la globalización trae aspectos positivos y negativos. Y así muchas ventajas para el crecimiento del comercio; pero desventajas en cuanto a la poca uniformidad que existe entre las tradiciones, culturas y, principalmente, del sistema jurídico, en cuanto a la gobernanza, problemas de jurisdicción y competencia, gravámenes y territorialidad.

²⁴ García, Dafne. **Revista latina de comunicación social**. Pág. 2.



4.2.2. Gobernanza

Hoy en día no existe una organización gubernamental individual que controle la actividad que tiene lugar en internet, esto quiere decir que el comercio electrónico tampoco. En lugar de ello, existen varias organizaciones que influyen en el sistema y supervisan operaciones, pero no lo gobiernan en sí.

Lo que sí es claro es que internet debe apegarse a las leyes soberanas de cada país sobre el que opera, así como a las infraestructuras técnicas que existan dentro de cada Estado. Y aunque en los primeros años de internet había muy poca interferencia legislativa y ejecutiva, esta situación está cambiando a medida que internet juega un papel cada vez más importante en la sociedad.

La gobernanza, como concepto tiene que ver con el control social. Es decir poder establecer quien controla el internet y con ello los procesos de comercio electrónico. Antes de 1995, internet era un programa gubernamental y experimental, posteriormente fue privatizado al cederse el control, tanto de la infraestructura técnica como del proceso de otorgamiento de nombres de dominio. En 1995 se creó Corporación de Internet para la Asignación de Nombres de Dominio –ICANN, por sus siglas en inglés- parte del gobierno federal de Estados Unidos y que buscó consolidarse como una institución reguladora. Sin embargo, con el crecimiento de la web se generaron varias cuestiones sobre las que no tuvo autoridad. Aspectos tales como pornografía, juegos de azar y la



protección a la propiedad intelectual; marcaron el comienzo de la actual era regulatoria de internet y comercio electrónico en todo el mundo.

Actualmente se cuenta con un ambiente de políticas mezcladas en el que la autorregulación y las políticas asimétricas generan un ambiente propicio a la inseguridad y abusos informáticos. Es por ello que la cuestión de gobernanza inconforme genera un problema serio para el crecimiento de la actividad mercantil en la era de la información y tecnología.

4.2.3. Jurisdicción y competencia

La intervención de diferentes partes contractuales pertenecientes a distintos países puede plantear problemas en la resolución de conflictos, principalmente en orden a determinar la ley y jurisdicción nacionales aplicables.

Es decir, que la problemática versa sobre la protección judicial de los intereses de las partes en conflicto suscitados en la contratación electrónica. Y conviene recordar que la protección judicial surge y está estrictamente ligado al concepto de jurisdicción, entendida esta como “la extensión y límites de poder juzgar, ya sea por razón de la materia, ya sea por razón del territorio (...)”²⁵

²⁵ Ossorio, Manuel. **Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales**. Pág. 525.



Partiendo de una contratación electrónica, cuando susciten casos de incumplimiento contractual, la primera decisión que habrá de abordarse es determinar, o en su caso, elegir la jurisdicción competente. Sin embargo los criterios no son unificados, lo que desemboca en inseguridad jurídica.

Es por ello que la regulación pronta de un mecanismo permanente y uniforme a nivel internacional tendría como respuesta inmediata proveer de un sistema mercantil internacional seguro y confiable para las partes contractuales.



CAPÍTULO V

5. Tecnificación del tráfico jurídico mercantil y la influencia de internet en la estructura industrial y comercial

El interés primordial por conocer y analizar la tecnificación del tráfico jurídico mercantil y la influencia de internet en el comercio electrónico, se debe al auge que existe en el uso de medios electrónicos y las inevitables consecuencias en el derecho que de ello derivan, las cuales aún no alcanzan a regularse de manera adecuada en el ordenamiento jurídico actual. En consecuencia, se requiere de un estudio y análisis que propicie el interés en aportar y en dirigir esfuerzos hacia la obtención de una normativa completa y competitiva.

Y es que es un hecho que la tecnificación del tráfico económico ha afectado a numerosos aspectos legales que se han tratado en la presente investigación, como lo son: la seguridad en la red, protección a los derechos de propiedad intelectual en el entorno digital, gestión de sistemas de pago, protección al consumidor y usuario electrónico, legalidad de los contratos y diferentes aspectos de la gobernanza y jurisdicción en el ciberespacio.

Mientras el comercio electrónico tiene una tasa de aceptación creciente, la mayoría de los problemas se derivan de las cuestiones legales. Estas cuestiones suponen una barrera para el desarrollo efectivo del comercio electrónico en el marco de una sociedad de la información. Es por ello que para contar con un comercio electrónico funcional es



necesario que se construyan, por una parte, tecnologías seguras, como lo son las firmas digitales, mecanismos de pago seguro, etc. Y, por otra, un marco jurídico e institucional que sirva de apoyo a estas tecnologías y dado el carácter esencialmente transnacional del comercio electrónico, es necesario un consenso mundial.

5.1. Fundamentos de la creación normativa reguladora del comercio Electrónico en Guatemala

En el mercado tecnológico existe una verdadera asimetría normativa en la que no puede conocerse de antemano la ruta contractual, pues al desarrollarse en un medio no tradicional, no existe uniformidad ni reglas ciertas. En este sentido el verdadero fundamento y causa originaria de la necesidad de creación normativa radica en la seguridad jurídica.

Un esfuerzo normativo permitiría enfrentar el mayor obstáculo que en concordancia con el desarrollo de la presente investigación aqueja el comercio electrónico: la falta de confianza. Ello es consecuencia inmediata de la poca certeza jurídica, desconocimiento de los resultados jurídicos a determinadas acciones, vaguedad en derechos y obligaciones; así, como de manera última, la resolución de conflictos.

La existencia de una verdadera seguridad jurídica resulta en un mercado más eficiente con un proceso de resolución de conflictos más justo y apegado a derecho. Y como consecuencia directa a este, el crecimiento de la economía y mercado.



En Guatemala el sistema jurídico cuenta con ausencia de normas que regulen o formulen procedimientos de uniformidad internacional para transacciones mercantiles en un medio tecnológico. Únicamente existen extractos de regulaciones que de forma parcializada y carente de globalidad han buscado evitar cualquier abuso en esta materia, por supuesto, sin ningún éxito.

5.2. Regulación del tráfico jurídico mercantil electrónico en Guatemala

En Guatemala, a pesar que el trabajo legislativo atribuido al Congreso de la República de Guatemala se considera muchas veces abundante, la correspondencia de las necesidades legislativas con la promulgación de cuerpos normativos no siempre es armónica.

Y evidentemente este es el caso de la legislación en materia jurídica mercantil e informática. Actualmente la regulación en materia comercial se encuentra normada y concentrada en el Decreto 2-70 Código de Comercio. Y de manera específica en un grupo de distintas leyes especiales de materia comercial, como lo es la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y firmas electrónicas, pero ninguna de ellas funciona como un cuerpo normativo integro que aporte al comercio electrónico un marco de regulación oportuno y necesario.



5.2.1. Código de Comercio

Identificado como Decreto 2-70 del Congreso de la República, el Código de Comercio entra en vigencia el 1 de enero de 1971. Este es un cuerpo normativo que regula todo lo relativo a la actividad mercantil en general.

La presente Ley está compuesta por 1039 Artículos, 20 disposiciones finales y transitorias y 11 disposiciones derogatorias y modificatorias. Su estructura orgánica está dividida en 4 libros los cuales son regulatorios de los comerciantes y sus auxiliares, las obligaciones profesionales de los anteriores, las cosas mercantiles y las obligaciones y contratos en materia mercantil.

En su contenido capitular se dedica un título especial, entre los contratos mercantiles, a la compraventa mercantil. Si bien es cierto el contrato de compraventa mercantil ha sido siempre el instrumento fundamental de la actividad profesional que dio origen al derecho mercantil, este ha sufrido importantes evoluciones como se ha tratado a lo largo de la investigación, lo que hace muchas veces imposible conceptualizar el comercio electrónico en un apartado cuya motivación inicial fue regular un tipo de comercio tradicional.

Si bien, la compraventa mercantil, tiene un carácter general que se mantiene a lo largo de toda la historia, este contrato bilateral no logra proteger de manera integral una arista



muy especializada como lo es la compraventa electrónica, por los medios tan específicos en materia tecnológica en donde se llevan a cabo.

5.2.2. Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas

Identificado como Decreto número 47-2008 del Congreso de la República de Guatemala, Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas electrónicas es un cuerpo normativo relativamente moderno, producto de un esfuerzo legislativo por parte del Congreso de la República de Guatemala de normar la evolución y correspondiente necesidad de actualización comercial.

Entre sus considerandos se manifiesta el objetivo de modernización y correspondiente adaptación a las nuevas tecnologías que aquejan el fenómeno mercantil, con lo cual se busca la reinserción del país a las corrientes de progreso mundial en el área económica y tecnológica.

Reconoce que la integración al comercio electrónico global requiere que sean adoptados instrumentos técnicos y legales basados en los modelos de legislación internacional que buscan la uniformidad de esta rama del derecho tan especializada, y que debe dársele seguridad jurídica y técnica a las contrataciones, comunicaciones y firmas electrónicas.

Su objetivo es regular las firmas electrónicas y otorgarles equivalencia funcional con respecto a los documentos en papel y las firmas manuscritas. "La ley establece un



conjunto de reglas generales aceptables en el ámbito internacional, que permitirán el desarrollo seguro de las vías del comercio electrónico; La entrada en vigor de la firma electrónica, permite, tanto a grandes o pequeñas empresas, así como a usuarios individuales, comunicarse en red con la seguridad de que sus comunicaciones no serán interceptadas.”²⁶

Es importante resaltar que la firma electrónica es parte fundamental en los contratos informáticos, ya que forman parte del mismo soporte digital codificado, lo cual es una forma de aceptación de la voluntad de las partes, al obligarse en el cumplimiento del mismo.

5.3. Dificultades en la regulación normativa de la tecnificación comercial

El internet y su empleo en la esfera mercantil han denotado problemas éticos, sociales y políticos generalizados. Esto ocurre en parte por las características intrínsecas de la tecnología de internet en sí, además de las formas en que ha sido explotada por las organizaciones de negocio. Esto desemboca en que cada vez hay más conciencia de que los mercados de comercio electrónico sólo funcionan cuando existe un poderoso conjunto institucional de leyes y mecanismos para hacerlas cumplir.

²⁶ Hernández Fuentes, Jonathan Efrain. **Los contratos informáticos y su regulación en el sistema jurídico guatemalteco.** Pág. 107



En el caso del comercio electrónico, para que este se lleve a cabo, requiere de algunos elementos que en conjunto propicien el desarrollo de esta manera aún poco tradicional forma de hacer negocios. Estos elementos, conformados por la tecnología, con sus constantes innovaciones; el mercado, con sus reglas competitivas; la sociedad, con sus órganos de gobierno, sus regulaciones de manera última y principal; van a propiciar que este ambiente de negocios electrónicos tenga certeza para sus participantes y a la vez la protección necesaria para celebrar sus operaciones.

La normatividad de la actividad comercial necesita comprender un vasto catálogo de disposiciones jurídicas que regulen la mayor parte de las acciones realizadas por las negociaciones mercantiles, tanto en su ámbito interno como externo, y también en sus modalidades ya sean tradicionales o virtuales. Sobre este último, el comercio virtual, habría que plantearse una serie de razones y justificaciones sobre su incipiente regulación; pero a la vez ciertas sugerencias o alternativas para su solución.

Las nuevas negociaciones realizadas a través de medios electrónicos deja abierta esta experiencia jurídica innovadora que reclama a su vez una actualización emergente de las antiguas normas reguladoras. Que si bien es cierto, se establece una necesidad legislativa, esta no solo debe responder a los intereses y necesidades de la población; sino también incluir una perspectiva global, ya que el ciberespacio se constituye como un ente sin fronteras.



En el caso del comercio electrónico, son variados los tipos de normas jurídicas que se pueden regular como lo son las leyes de carácter civil, mercantil, financiero, tributario, internacional y administrativo, entre otros más; cuyas disposiciones aún siendo reguladoras de muy diversas materias tienen en común que muchas de sus consideraciones se están aplicando a las operaciones y a las negociaciones que se realizan a través de una computadora.

5.4. Normativa transnacional del comercio electrónico

Es de reconocer que la mayoría de las iniciativas para lograr tener un sistema jurídico regulador de la mayor parte de las transacciones mercantiles celebradas en una esfera tecnológica han sido producto del trabajo y dedicación de los diferentes organismos internacionales que agrupan a la mayoría de los países ya sea por bloques o por regiones.

La participación de los diversos Organismos internacionales ha generado importantes cambios en el ámbito de la economía política internacional y el comercio electrónico no es la excepción, es por ello que se ilustran algunos de los ejercicios más significativos.

5.4.1. Normas de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

La OCDE es una institución de carácter internacional que analiza temas sobre desarrollo, economía y política social. Dicha organización busca soluciones a los



problemas comunes, al trabajar de manera conjunta en la coordinación de políticas locales e internacionales.

Entre los temas investigados por la organización destacan las temáticas relacionadas con los cambios sociales, el medio ambiente, la agricultura, la tecnología y el fisco, entre otros más, lo cual representa un esfuerzo cuyo objetivo principal es el ayudar a los gobiernos a enfrentar y responder a los cambios que plantean el desarrollo sostenible, el comercio electrónico y la biotecnología.

La OCDE, consiente de los intereses y necesidades de sus países miembros ha creado una serie de instrumentos legales que más que obligar y marcar directrices jurídicas son recomendaciones o guías para que los países las adopten en sus respectivas legislaciones nacionales y sirvan de modelo para resolver en sus respectivas esferas los problemas que genera el uso de las tecnologías de información

Los documentos creados al seno de la organización son de diversas índoles y que destacan por su notable línea de protección hacia los particulares o consumidores usuarios de los medios de comunicación electrónicos para realizar sus asuntos personales o de carácter comercial. En este sentido, existen dos importantes documentos que la OCDE ha elaborado como directrices o recomendaciones para proteger la privacidad y los flujos transfronterizos de datos personales y otra para proteger a los consumidores en el contexto del comercio electrónico. Ambas guías han sido adoptadas por países integrantes de la propia organización y también por los no



integrantes de ella, en donde tanto unos como otros han encontrado ideas acertadas y adecuadas para la regulación de dichas materias en sus respectivas esferas normativas nacionales.

Los documentos en cuestión, se titulan propiamente como Directrices de la OCDE sobre Protección de la Privacidad y Flujos Transfronterizos de Datos Personales y Recomendación del Consejo de la OCDE relativa a los Lineamientos para la Protección al Consumidor en el Contexto del Comercio Electrónico. Instrumentos que tocan problemáticas descritas en los capítulos anteriores y de ser tomados en cuenta proporcionarían las directrices necesarias para la constitución de un cuerpo regulador novedoso y actualizado.

5.4.2. Ley Modelo sobre Comercio Electrónico

La CNUDMI en el marco de su labor armonizadora de la regulación comercial internacional crea un instrumento dedicado a la unificación legislativa internacional del comercio electrónico, esta es la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico.

Dicha propuesta es aprobada por la CNUDMI por Resolución de la Asamblea General del 16 de diciembre de 1996. Se trata de un texto que se ofrece como recomendación a los Estados a la hora de promulgar o revisar sus propias leyes, teniendo en cuenta la conveniencia y la necesidad de que el derecho al comercio electrónico sea uniforme.



Los términos y disposiciones empleados por la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico han sido incorporados a diversas legislaciones de derecho interno de algunos países; la propia Comisión, elaboró además una guía para la incorporación de dicha Ley al derecho interno. Esto es evidente en la legislación mexicana, por ejemplo, recientemente reformada y adicionada.

Como parte de los objetivos de la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico, la Asamblea General de las Naciones Unidas menciona que el hecho de que una ley facilite "...el uso del comercio electrónico y sea aceptable para Estados que tengan sistemas jurídicos, sociales y económicos diferentes podría contribuir de manera significativa al establecimiento de relaciones económicas internacionales armoniosas".²⁷

Debido a ello, el trabajo desempeñado por organismos internacionales como la CNUDMI debe ser apoyado por los países que reclaman seguridad en sus actividades de comercio, en virtud de que los documentos que en forma de convenios, recomendaciones, guías o leyes modelo con carácter internacional al ser aceptados a escala mundial hacen exitosas y seguras las diversas operaciones comerciales celebradas en cualquier parte del mundo.

Las disposiciones legales emanadas de la CNUDMI, son importantes instrumentos jurídicos que de manera significativa están apoyando en la actualidad a todos los Estados

²⁷ https://www.uncitral.org/pdf/spanish/texts/electcom/05-89453_S_Ebook.pdf (Consultado: 5 de julio de 2018)



para fortalecer la promulgación, estudio, reforma y adición de sus leyes; que trae como consecuencia mantener y establecer relaciones comerciales internacionales armoniosas, dentro de las nuevas formas y pautas que marca el uso de los instrumentos electrónicos, dentro de los servicios de la sociedad de la información.

5.4.3. Declaración Sobre el Comercio Electrónico Mundial

Los textos jurídicos emanados de la OMC, ya sea que regulen el ámbito de los servicios, los derechos, las mercancías, la tecnología, entre otros, son extensos y regulan una diversidad de actividades, todas ellas dentro del contexto del comercio internacional. Por ello, siendo el comercio electrónico una disciplina en auge, ha sido necesario que la propia organización haya intervenido con el fin de regular entre sus Estados miembros algunas aristas de dicho fenómeno.

Es así que la OMC consiente de las necesidades que las nuevas tecnologías de información han propiciado en el ámbito del comercio internacional y ante el flujo de mercancías que atraviesan las fronteras por medios electrónicos, ha elaborado una serie de documentos legales tendientes a regular diversos aspectos de esta importante disciplina, como lo es el comercio electrónico. Es por ello que la OMC adoptó la Declaración sobre el Comercio Electrónico Mundial, con la finalidad de establecer un programa de trabajo tendiente a examinar y analizar la problemática que afecta al comercio electrónico mundial.



Es verdad que los debates y discusiones en torno al comercio electrónico se siguen realizando en foros internacionales bajo el auspicio de la OMC y otras importantes organizaciones. Sin embargo seguramente surgirán nuevos conceptos y nuevas regulaciones sobre esta rama. Esto implica una constante derogación y actualización de normas o de políticas, mismas que requieren a su vez de un trabajo constante y permanente que permita estar a la par de la vanguardia tecnológica un moderno sistema normativo regulador.

5.4.4. Tratados de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

El tema relacionado con la propiedad intelectual dentro del contexto del comercio electrónico, es también una disciplina de carácter jurídico que requiere de todo un conocimiento y análisis sobre la materia para determinar sus alcances y limitaciones con el uso de la red. Esto debido a que por medio de ella, pueden circular sin dificultad cualquier tipo de bienes o servicios ante los cuales no siempre se tiene el derecho de comercializarlos.

Los Tratados emanados de la OMPI son instrumentos legales que han buscado cubrir, en el ámbito internacional, una de las lagunas jurídicas que con el desarrollo de la tecnología se ha hecho más profunda, la propiedad intelectual. Es por ello que en 1996 creó dos importantes convenios cuyo objeto fue incluir la variante tecnológica a su área tutelar: el Tratado sobre Derechos de Autor y la Convención Internacional sobre la



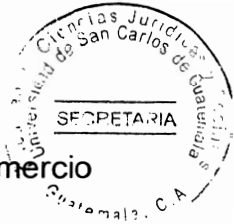
Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismo de Radiodifusión.

Sobre los alcances legales de las disposiciones emanadas de los organismos descritos, es importante mencionar que poseen una naturaleza jurídica especial ya que el estar abiertos a las opiniones y sugerencias de cualquier persona, física o moral, denotan que no están subordinados a la aprobación de algún poder de gobierno, parlamentario o judicial, ya sea nacional o internacional. Por lo tanto, la legitimidad que puedan tener se deriva primordialmente de la posición que tengan las estructuras de las que surgen y de la aceptación de cada gobierno.

El alcance material de las normas emanadas por los organismos ya descritos es limitado, pues la mayoría se restringen a la fijación de los estándares tecnológicos y a la ordenación de las cuestiones técnicas indispensables para el correcto funcionamiento del comercio electrónico. No obstante, de ser adoptadas dichas reglas constituirían una normativa globalizada capaz de eliminar barreras que impidan el correcto desarrollo del comercio y la industria.

5.5. Consideraciones sobre la necesidad de regulación específica referente al comercio electrónico

La globalización es un fenómeno actual que crece de manera abrumadora y con ella la tecnología que impacta en todos los ámbitos de la vida del ciudadano moderno. Entre



ellos se encuentran los medios de comunicación, instrumentos necesarios del comercio electrónico y del intercambio electrónico de datos. Y en la medida que se vaya difundiendo el acceso a estas nuevas tecnologías las transacciones mercantiles por medios no tradicionales podrían verse afectados, y es lo que pasa hoy en día. El ordenamiento jurídico guatemalteco contiene una verdadera laguna legal en lo que se refiere a la protección de las transacciones mercantiles en internet y comercio electrónico, puesto que su regulación no es lo suficientemente moldeable para cubrir las circunstancias novedosas de las nuevas transacciones.

La Constitución Política de la República de Guatemala reconoce el derecho y libertad de industria, comercio y trabajo. Y es este reconocimiento expreso el que obliga al Estado de Guatemala a estar a la vanguardia en los cambios y evoluciones mercantiles que se den, esto para proporcionar un ambiente propicio de ejercer tal derecho, libre de vulnerabilidades e injusticias, y sobre todo con seguridad jurídica.

En materia mercantil, el Código de Comercio se limita a regular transacciones mercantiles de naturaleza tradicional. Y las regulaciones de carácter especial se limitan a proporcionar una regulación insuficiente, tal es el caso de la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario y la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas.

Por lo que se identifica en el sistema jurídico guatemalteco una regulación insuficiente que vulnera el ejercicio de la libertad de comercio e industria. Guatemala en un contexto



internacional pierde espacios de competitividad y esto repercute de manera directa en la economía del país.

5.6. Beneficios de la creación de un cuerpo normativo que regule el comercio electrónico y las transacciones mercantiles por internet

En cuanto a las funciones específicas que desempeñan los organismos internacionales respecto a la regulación jurídica de ciertas disciplinas, como en este caso el comercio electrónico, es evidente que contribuyen con su trabajo en la elaboración de normas de carácter internacional que la mayor parte de los países, miembros o no miembros de dichas organizaciones, adoptan en sus legislaciones nacionales.

En relación al tema, existen sistemas supranacionales como los anteriormente mencionados, la OMPI, la UNCITRAL, la OMC, entre otros, que han elaborado una serie de disposiciones legales que buscan a subsanar lagunas jurídicas de las legislaciones nacionales, tanto para regular sus asuntos internos como aquellos de carácter internacional derivados de las relaciones públicas o privadas que sostienen con otros países.

Sin embargo, cabe mencionar que el gobierno tiene un papel protagónico en cuanto a la ruta a seguir en este tema, pues es el único con legitimación para absorber cualquier recomendación internacional que considere pertinente y adaptada a la realidad nacional y a las necesidades del comercio interno.



En este sentido, de todos los esfuerzos legislativos descritos, resalta la Ley Modelo de la CDNUMI. Esta disposición puede ser adoptada por el Estado de Guatemala mediante la promulgación de una norma interna y que de ser así proporcionaría subsanación a las distintas falencias que goza nuestro ordenamiento jurídico. Esta se considera una opción conveniente pues es un instrumento diseñado bajo un modelo genérico perfectamente adaptable a las necesidades particulares de cada nación.

Con esto Guatemala podría lograr una efectiva protección legal a través de la adopción de una regulación interna basada en este texto modelo y alcanzaría con ello una visión de uniformidad internacional, flexibilidad y principios inspirados en la libertad de comercio e industria; lo cual, proporcionaría al país un impulso económico, competitividad de carácter global, mejoraría la eficiencia empresarial y se posibilitaría el surgimiento de nuevas fuentes de empleo.



5118





CONCLUSIÓN DISCURSIVA

Con base en el análisis de los fenómenos mercantiles actuales influenciados por la era de la tecnología y la globalización, se evidencia que la velocidad de adaptación de las figuras mercantiles en los nuevos medios de comunicación crea una brecha considerable entre la evolución de la norma jurídica y la evolución tecnológica.

Con el estudio normativo, así mismo, se identifica que la estructura jurídica, comercial y financiera actual; fue creada para ocuparse de transacciones mercantiles físicas y que pueden ser consideradas insuficientes para permitir la adecuada ejecución de las transacciones comerciales y proveer un crecimiento económico armonioso.

Por lo anterior, se identifica la necesidad de obtener un ordenamiento jurídico armonioso y funcional, que permita una aproximación jurídica coherente y coordinada internacionalmente. Lo que se lograría a través de un esfuerzo normativo por parte del Organismo Legislativo que, tomando como base la ley modelo de la CNUDMI, formule procedimientos ciertos para transacciones comerciales internacionales y modernas y así lograr la inclusión en la competitividad global comercial con mercados justos y ordenados.





BIBLIOGRAFÍA

- CISNEROS CANLLA, Edson David. **E-commerce**. Perú: Editorial Macro EIRL, 2016.
- DE ROS CERREZO, Rafael. **El consentimiento y el proceso de contratación electrónica**. España: Aranzadi, 2000.
- ec.europa.eu/internal_market/strategy/docs/com198_es.pdf (22 de enero de 2018).
- GARCÍA, Dafne. **Revista latina de comunicación social**. Guatemala, Guatemala. Pág. 2.
- GUERRERO BARCO, Héctor Edmundo. **Análisis jurídico del derecho de consumo y su incidencia en el consumidor electrónico**. Guatemala: (s.E), 2008.
- hdl.handle.net/10662/1767 (08 de marzo de 2018).
- HERNÁNDEZ FUENTES, Jonathan Efraín. **Los contratos informáticos y su regulación en el sistema jurídico guatemalteco**. Guatemala: (s.E), 2009.
- LAUDON, Kenneth y Carol Guercio. **E-commerce 2013 negocios, tecnología, sociedad**. 9na ed. México: Pearson Education, 2014.
- <https://www.marcialpons.es/libros/el-dinero-electronico-en-internet/9788481519952/>
(Consultado: 10 de marzo de 2018)
- MORALES HERNÁNDEZ, Brenda Areli. **Análisis jurídico sobre la protección de los derechos del consumidor y usuario ante la contratación electrónica vía internet**. Guatemala: (s.E), 2010.
- Organización Mundial Del Comercio. **Informe sobre el comercio mundial 2017**. Suiza: (s.E) 2017.
- Organización Mundial Del Comercio. **El comercio electrónico en los países en desarrollo**. Suiza: (s.E) 2013.
- OSSORIO, Manuel. **Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales**. 30ª ed. Buenos Aires: Heliasta, 2004.
- perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/237/176 (10 de abril de 2018).
- SCHNEIDERJANS, Marc. **E-commerce operations management**. 2da ed. Estados Unidos de América: World Scientific Publishing Company, 2013.
- unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan043133.pdf (11 de abril de 2018).
- upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/9763/Article008.pdf?sequence=1. (07 de marzo de 2018).



www.derecho.usmp.edu.pe/cedetec/articulos/el_comercio_electronico.pdf (22 de enero de 2018).

www.liberlex.com/archivos/consumidorescb.pdf (22 de marzo de 2018).

www.profeco.gob.mx/internacionales/com_elec.asp (26 de enero de 2018).

www.uncitral.org/pdf/spanish/texts/electcom/05-89453_S_Ebook.pdf (5 de julio 2018).

www.uncitral.org/uncitral/es/about/origin_faq.html#harmonization (26 de abril de 2018).

www.wipo.int/amc/es/center/faq/domains.html#5 (14 de abril de 2018).

<http://www.wipo.int/copyright/es/> (22 de octubre de 2018)

www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/trips_econprimer1_e.pdf (10 de abril de 2018).

www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/wto_dg_stat_s.htm (24 de abril de 2018).

Legislación:

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

Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 1886.

Convenio de París para la Protección de la Propiedad industrial. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 1967.

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

Código Penal. Decreto 17-73 del Congreso de la República, 1973.

Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Decreto 6-2003 del Congreso de la República, 2003.

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

Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos. Decreto 33-98 del Congreso de la República, 1998.

Ley de Propiedad Industrial. Decreto 57-2000 del Congreso de la República, 2000.