

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

**RIESGOS DE COMPRAVENTAS DE MERCADERÍAS CELEBRADOS EN  
PLATAFORMAS ELECTRÓNICAS QUE NO GARANTIZAN LA PROTECCIÓN Y LOS  
DERECHOS COMERCIALES EN LA REPÚBLICA DE GUATEMALA**

**DANIEL ALEJANDRO GIRÓN GUZMÁN**

**GUATEMALA, FEBRERO DE 2024**



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

**RIESGOS DE COMPRAVENTAS DE MERCADERÍAS CELEBRADOS EN  
PLATAFORMAS ELECTRÓNICAS QUE NO GARANTIZAN LA PROTECCIÓN Y LOS  
DERECHOS COMERCIALES EN LA REPÚBLICA DE GUATEMALA**

**TESIS**

Presentada a la Honorable Junta Directiva

de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

De la

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

**DANIEL ALEJANDRO GIRÓN GUZMÁN**

Previo a conferírsele el grado académico de

**LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

Y los títulos profesionales de

**ABOGADO Y NOTARIO**

Guatemala, febrero de 2024



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

**DECANO:** M.Sc. Henry Manuel Arriaga Contreras  
**VOCAL I:** Licda. Astrid Jeannette Lemus Rodríguez  
**VOCAL II:** Lic. Rodolfo Barahona Jácome  
**VOCAL III:** Lic. Helmer Rolando Reyes García  
**VOCAL IV:** Lic. Javier Eduardo Sarmiento Cabrera  
**VOCAL V:** Br. Gustavo Adolfo Oroxom Aguilar  
**SECRETARIO:** Licda. Wilfredo Eliú Ramos Leonor

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ  
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

**Primera Fase:**

**Presidente:** Lic. Guillermo David Villatoro Illescas  
**Vocal:** Licda. Delia Verónica Loarca Cabrera  
**Secretario:** Lic. Julio Roberto Pineda García

**Segunda Fase:**

**Presidente:** Lic. Marvin Omar Castillo García  
**Vocal:** Lic. Willian Armando Vanega Urbina  
**Secretario:** Lic. Ery Fernando Bámaca

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

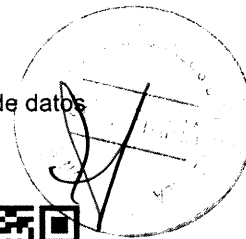




FACULTAD DE CIENCIAS  
JURÍDICAS Y SOCIALES

UNIDAD DE ASESORÍA DE TESIS  
PRIMER NIVEL EDIFICIO S-5

REPOSICIÓN POR: Corrección de datos  
FECHA DE REPOSICIÓN: 09/07/2020



Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Unidad de Asesoría de Tesis. Ciudad de Guatemala, 3 de febrero del año 2020

Atentamente pase al (a) profesional **EVELYN GRISEL MONTERROSO PORTILLO**, para que proceda a asesorar el trabajo de tesis del (a) estudiante **DANIEL ALEJANDRO GIRÓN GUZMÁN**, con carné **201312547** intitulado **RIESGOS DE COMPRAVENTAS DE MERCADERÍAS CELEBRADOS EN PLATAFORMAS ELECTRÓNICAS QUE NO GARANTIZAN LA PROTECCIÓN Y LOS DERECHOS COMERCIALES EN LA REPÚBLICA DE GUATEMALA**. Hago de su conocimiento que está facultado (a) para recomendar al (a) estudiante, la modificación del bosquejo preliminar de temas, las fuentes de consulta originalmente contempladas; así como, el título de tesis propuesto.

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

Adjunto encontrará el plan de tesis respectivo.

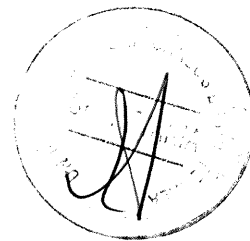
Lic. Roberto Fredy Orellana Martínez  
Jefe(a) de la Unidad de Asesoría de Tesis

Licda. Evelyn Griselda Monterroso Portillo  
ABOGADA Y NOTARIA .

Fecha de recepción: 7 / 3 / 2022

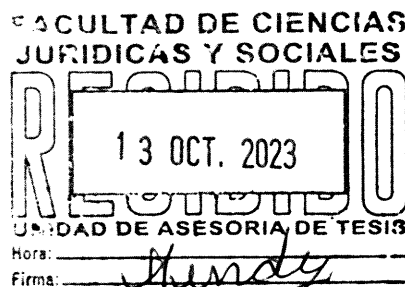
(f)   
Asesor(a)  
(Firma y Sello)





Guatemala, 22 de noviembre de 2022

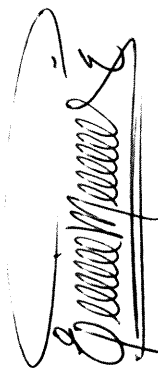
**Doctor Carlos Ebertito Herrera Recinos**  
**Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis**  
**Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales**  
**Universidad de San Carlos de Guatemala**



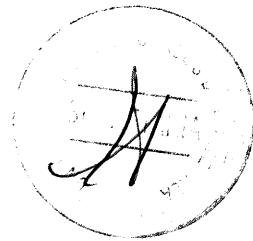
Respetable licenciado Herrera Recinos:

En cumplimiento de la resolución de fecha tres de febrero del año dos mil veinte, por el medio de la cual fui nombrado como Asesora del bachiller **DANIEL ALEJANDRO GIRÓN GUZMÁN** de su trabajo intitulado **RIESGOS DE COMPRAVENTA DE MERCADERÍAS CELEBRADAS EN PLATAFORMAS ELECTRÓNICAS QUE NO GARANTIZAN LA PROTECCIÓN Y LOS DERECHOS COMERCIALES EN LA REPUBLICA DE GUATEMALA**, me complace manifestarle que dicho trabajo satisface los requerimientos siguientes:

- a) Respecto al contenido científico y técnico de la tesis, en esta se analizan aspectos importantes y de actualidad, además, la misma cumple con los requerimientos exigidos por el Artículo 31 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, expresamente declaro que no soy pariente del bachiller dentro de los grados de ley y para el efecto, me permito rendir el presente informe.
- b) Los métodos utilizados para elaborar el informe final fueron el analítico, deductivo, sintético e inductivo, que permitieron el análisis de distintos materiales bibliográficos y material de archivo legislativo. Así mismo, la técnica utilizada en la redacción de la tesis fue la bibliográfica al haberse consultado diversidad de temas expuestos por autores nacionales y extranjeros.
- c) El tema en si es de gran importancia pues los aspectos relacionados a la regulación que se debe tener para la celebración de la contratación mercantil a través de plataformas electrónicas y cómo esto incide en la seguridad jurídica del tracto comercial.

  
Lcda. Evelyn Gisela Monterroso Portillo  
ABOGADA Y NOTARIA

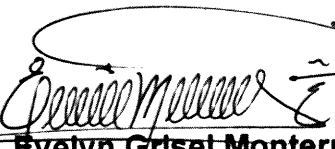




- d) En su conclusión discursiva el bachiller Girón Guzmán se enfoca en el análisis jurídico de las consecuencias que surgen ante la falta de seguridad jurídica que brindan las plataformas electrónicas al momento de la celebración de la contratación mercantil, y todas las repercusiones que las mismas conllevan para la buena marcha del comercio, la cual dado su versatilidad tiende a verse afectada ante la incertidumbre jurídica de las formas contractuales. Debo mencionar que el estudiante fue receptivo tanto con las observaciones como con las sugerencias que oportunamente en calidad de asesor le formule, asimismo defendió tenazmente sus puntos de vista cuando lo estimó pertinente, llegando a un consenso con el objeto de maximizar la calidad de la presente investigación.
- e) La bibliografía utilizada es la adecuada y expone los puntos de vista tanto de autores nacionales e internacionales, fue afín al tema investigado por lo que considero suficiente la misma para el análisis realizado.
- f) La redacción de la tesis es clara de modo que su lectura es de fácil comprensión para cualquier persona; habiendo el bachiller aceptado todas las sugerencias y correcciones que le hiciera para una mejor redacción del informe.

Por todo lo anterior considero que el trabajo de tesis cumple con todos los requerimientos exigidos por el normativo, razón por la que apruebo el informe final y emito **DICTAMEN FAVORABLE**, a efecto de que el mismo continúe su trámite para el examen público de tesis.

Sin otro particular, me suscribo de usted,

  
*Licda. Evelyn Griselda Monterroso Portillo*  
ABOGADA Y NOTARIA .  
**Licda. Evelyn Griselda Monterroso Portillo**  
Abogado y Notario  
Colegiado 13,939





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



FACULTAD DE CIENCIAS  
JURÍDICAS Y SOCIALES

*"Id y enseñad a todos"*

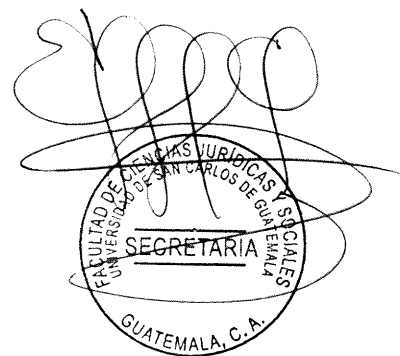
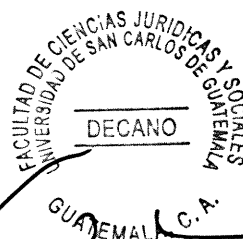
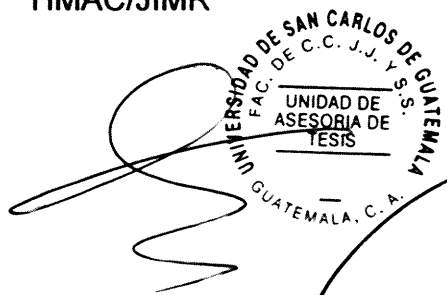


D. ORD. 04-2023

Decanatura de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, diecisiete de octubre de dos mil veintitrés.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del trabajo de tesis del estudiante **DANIEL ALEJANDRO GIRÓN GUZMÁN**, titulado **RIESGOS DE COMRAVENTAS DE MERCADERÍAS CELEBRADOS EN PLATAFORMAS ELECTRÓNICAS QUE NO GARANTIZAN LA PROTECCIÓN Y LOS DERECHOS COMERCIALES EN LA REPÚBLICA DE GUATEMALA**. Artículos 31, 33 y 34 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.

HMAC/JIMR







## DEDICATORIA

### **A DIOS:**

Quien me ha dado la vida, sabiduría e inteligencia para alcanzar hasta el día de hoy las metas que me propongo, que a él sea toda la gloria y la honra por los siglos de los siglos.

### **A MIS PADRES:**

David Arnoldo Girón Monzón y Lisbeth Alejandrina Guzmán Gonzáles de Girón por todo su amor, comprensión, ternura y apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de toda mi vida, por sus consejos y ser un pilar a todo lo que respecta mi vida terrena y espiritual.

### **A MIS HERMANOS:**

Junto a quienes he vivido toda mi vida y su apoyo incondicional me han dado las fuerzas para lograr todas mis metas, que Dios les bendiga.

### **A MI NOVIA:**

Gracias por su apoyo, amor, comprensión y paciencia que me ha brindado; que contigo he aprendido a amar y a superarme en todo lo que me propongo.



**A MI FAMILIA:**

Quienes estuvieron al pendiente de mí y de mi superación personal.

**A:**

La Universidad de San Carlos de Guatemala por haberme inculcado la superación profesional y la razón social. Gracias a mi alma mater, grande ante todas.

**A:**

La Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales por quien estoy alta mente agradecido, por abrirme sus puertas y conocimientos a lo largo de mi carrera profesional, formando con valor y capacidad para afrontar una nueva etapa de mi vida.



## **PRESENTACIÓN**

En esta investigación se analizarán los distintos contratos de compraventa de mercaderías que son celebrados en plataformas electrónicas dentro del municipio de Mixco del departamento de Guatemala que en la legislación se encuentran o no mencionados; el contenido de la investigación es de tipo cualitativo, de la rama del derecho mercantil.

Los estudios revelan que los contratos mercantiles celebrados en plataformas electrónicas, puede llegar a vulnerar los derechos de las personas al no garantizar la protección comercial, estar en constante cambio y poco formalista; el aporte a estudiantes como al público en general, es adoptar medios que garantizan el cumplimiento de las obligaciones y los riesgos que vulneran los derechos contractuales de las compraventas celebradas en plataformas electrónicas.





## HIPÓTESIS

Los contratos de compraventa celebrados en plataformas electrónicas dentro de la República de Guatemala refleja una falta de garantías al no encontrar una normativa jurídica y un ente con capacidad y jurisdicción en materia contractual electrónica que regule los vicios de los productos, bienes y mercaderías que no vengan en condiciones, periodo de entrega, calidad, cantidad y funcionalidad pactadas dentro del contrato, provocando prácticas comerciales desleales y falta de responsabilidad por parte de vendedores y compradores, fomentando así el fraude en plataformas electrónicas, las faltas a las garantías constitucionales y a las buenas costumbres comerciales.

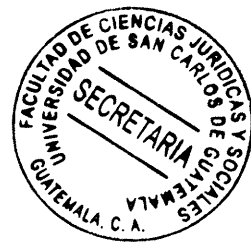




### **COMPROBACIÓN HIPÓTESIS:**

Para comprobar la hipótesis formulada bajo el método cualitativo se utilizaron distintos métodos de investigación los cuales son el inductivo que permitió indicar resultados al problema de la vulnerabilidad y la masificación de riesgos al celebrar contratos en plataformas electrónicas como lo es la compraventa de mercaderías en contratos atípicos, debido a la falta de formalismo entre las partes y la falta de protección jurídico legal ante dichos actos contractuales, utilizándose así el método analítico para la interpretación de la investigación realizada y por último el método síntesis para solidificar, y que la investigación pudiera ser congruente. Por ello se comprueba la hipótesis formulada basados en los métodos aplicados y dejando en evidencia la falta legislativa a los derechos que lleguen a ser vulnerados, al celebrar contratos en plataformas electrónicas.





## ÍNDICE

**Pág.**

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

### CAPÍTULO I

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| 1. Derecho mercantil.....                | 1  |
| 1.1. Historia del derecho mercantil..... | 3  |
| 1.2. Definición.....                     | 5  |
| 1.3. Características.....                | 7  |
| 1.4. Principios.....                     | 10 |
| 1.5. Fuentes.....                        | 11 |
| 1.6. Sujetos.....                        | 13 |
| 1.7. Derecho mercantil en Guatemala..... | 14 |

### CAPÍTULO II

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| 2. Comercio.....                        | 16 |
| 2.1. Comercio de forma tradicional..... | 20 |
| 2.2. Elementos del comercio.....        | 22 |
| 2.3. Tipos de comercio.....             | 25 |
| 2.4. Comercio en Guatemala.....         | 26 |

**Pág.**

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| 2.5. Acuerdos comerciales en Guatemala..... | 27 |
|---------------------------------------------|----|

### CAPÍTULO III

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 3. Comercio electrónico..... | 30 |
|------------------------------|----|

|      |                                            |    |
|------|--------------------------------------------|----|
| 3.1. | Definición .....                           | 36 |
| 3.2. | Principios del comercio electrónico .....  | 40 |
| 3.3. | Tipos de comercio electrónico.....         | 42 |
| 3.4. | Elementos del comercio electrónico .....   | 44 |
| 3.5. | Sujetos en el comercio electrónico .....   | 45 |
| 3.6. | Utilización del comercio electrónico ..... |    |

## CAPÍTULO IV

|      |                                                                                                                                                                            |           |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.   | Riesgos de compraventa de mercaderías celebradas en plataformas electrónicas que no garantizan la protección y los derechos comerciales en la república de Guatemala. .... | 48        |
| 4.1. | Regulación de las actividades de comercio electrónico.....                                                                                                                 | 49        |
| 4.2. | Órganos internacionales del comercio electrónico .....                                                                                                                     | 51        |
| 4.3. | Ley modelo de la comisión de las naciones unidas para el derecho mercantil internacional sobre comercio electrónico .....                                                  | 52        |
|      | <b>Pág.</b>                                                                                                                                                                |           |
| 4.4. | Legislación de Guatemala en relación al comercio electrónico .....                                                                                                         | 55        |
| 4.5. | Objetivos y fines de la ley de reconocimiento de las comunicaciones y firmas electrónicas .....                                                                            | 57        |
| 4.6. | Diferencia entre la ley modelo y la ley de firmas electrónicas.....                                                                                                        | 58        |
|      | <b>CONCLUSIÓN DISCURSIVA .....</b>                                                                                                                                         | <b>61</b> |
|      | <b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>                                                                                                                                                  | <b>62</b> |

## INTRODUCCIÓN:

Actualmente, las plataformas electrónicas se encuentran en un punto de desarrollo y actualización comercial, provocando que los contratos efectuados por escrito sean obsoletos, estas nuevas modalidades que se han adoptado a nuestra necesidad, en base a nuestro Código de Comercio (Decreto 2-70 del Congreso de la República), recae en un descontrol provocando la vulnerabilidad jurídica que pone en peligro la seguridad económica de las personas que la utilizan. En Guatemala la seguridad informática y el control del comercio celebrado en plataformas electrónicas se maneja por procedimientos paulatinos y desactualizados, provocando riesgos al celebrar contratos de compraventa electrónicos.

Es así, como los contratos electrónicos de compraventa de mercaderías, la falta de seguridad jurídica y los riesgos adoptados al celebrar dichos contratos provocan que los consumidores, compradores y usuarios sean afectados por vicios comerciales, ocasionando daños y perjuicios a la economía personal como nacional.

Por ello, este trabajo se inicia en el capítulo I desarrollando el derecho mercantil, estableciendo la forma y los motivos por la que esta surgió, como podemos definirla de manera general y específica, sus distintas características finalidades; dentro del capítulo II se expone las mercaderías, las distintas clases de mercaderías que pueden llegar a ser objeto de contrato y todo lo que respecta la mercadería contractual y como nacen y recaen los distintos riesgos en las mercaderías; en el capítulo III presentando un estudio y análisis de la compraventa, adoptando las indistintas clases y formas por las que se celebran, los riesgos que son adquiridos en las distintas clases de compraventas, como

se refleja y la forma en que se celebran las compraventas en plataformas electrónicas; finalmente en el capítulo VI se realiza un estudio minucioso del origen de los riesgos de las compraventas de mercaderías celebradas en plataformas electrónicas, los métodos de resarcimiento de daños y perjuicios contractuales, garantías contractuales de mercadería, la adopción de métodos y mecanismo que garanticen los riesgos que dañan y perjudican.

Para el desarrollo de la investigación se emplearon los principales métodos y técnicas de investigación, como la observación y experimentación, así como el método analítico en el que permitió dividir el problema a investigar, y poder determinar sus elementos esenciales y la conclusión discursiva, en tanto, el método sintético entrelazó estos elementos dándole congruencia a la investigación, identificando mediante el método inductivo, los resultados específicos de la problemática en cuestión.

Lo anterior, nos permite constituir la importancia de garantizar los riesgos de las compraventas de mercaderías celebradas en plataformas electrónicas, que no protegen los derechos comerciales y solidifica una seguridad jurídica mercantil a beneficio de las partes que gozan de una relación contractual.

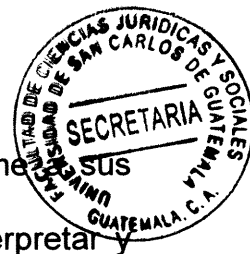


## CAPÍTULO I

### 1. Derecho mercantil

Por mucho tiempo el derecho ha tenido que ser adaptado por lo sociedad, con el objeto de poder regular y mantener un orden social que le permite a las personas convivir pacíficamente, por tal motivo nacieron distintas ramas, las cuales atendían la necesidad de la sociedad; el comercio, la compra y venta de mercaderías, la industria, intermediación, la banca, seguros y demás acontecimientos que la sociedad empezó a desarrollar y a generar lucro por medio del trueque o intercambio de bienes vieron la necesidad que fuera estudiado y regulado mediante una rama del derecho atendiera los actos que pudieran ser vulnerados como la forma correcta de poderlos atender, esta rama es el derecho mercantil, también conocido como el derecho comercial, dentro del estudio y de la forma en que regula todos los acontecimientos jurídicos esenciales esta la circulación de mercancías, bienes y cosas mercantiles, las cuales son consumadas por medio de distintos actos jurídicos, que a lo largo de la historia este tipo de contratos se caracterizaba por ser de manera particular, pudiendo mencionar los contratos de compraventa mercantil, suministros, estimatorio y deposito mercantil actos que están íntimamente relacionados con la circulación de mercaderías y productos comerciales.

El origen de derecho mercantil es el medio por el cual mantiene su existencia y aplicación, hay distintos medios por los cuales esta rama del derecho hace más amplio su conocimiento y regulación a lo largo del tiempo y que considera una fuente segura de enriquecimiento para su aplicación las cuales son; la costumbre que a su vez es un medio



de observación de métodos y herramientas que adopta la sociedad conforme a sus satisfacción, la jurisprudencia siendo esto un método de cómo se puede interpretar y ampliar más la normativa comercial, la ley es un método por excelencia en el que el derecho mercantil adquiere conocimientos de su aplicación al caso concreto, la doctrina es un método por el que se estudia los distintos actos y herramientas comerciales y dan un desarrollo amplio en materia mercantil para poder ser aplicado en derecho, y los distintos contratos que a lo largo del tiempo toman distinta forma en su aplicación.

Conforme el tiempo va avanzando el derecho mercantil se ve afectado a tomar ciertos métodos de actualización entre sus distintos medios de estudio y entre una de ellas recae sobre los actos comerciales de las personas individuales, las cuales son conocidos como comerciantes; tanto ellos como muchas personas utilizan ciertos métodos que conforme a la actualidad son eficientes para poder conseguir sus objetivos comerciales, tendiendo en cuenta que todos estos son lucrativos, sin embargo en el proceso de actualización nacen distintos métodos, provocando muchas veces los actos comerciales sean obsoletos, surgiendo nuevos métodos y actos que satisfacen las comodidades y necesidades de la sociedad y juntamente con distintas herramientas que hacen efectivo los actos jurídicos; por ello el derecho mercantil es una rama que se mantiene en constante actualización y tiende a tener que regular y estudiar las distintas figuras comerciales que se relacionan con nuevos y ambiguos actos mercantiles que en derecho exige se regule en la sociedad.

El derecho mercantil conforme a su institución es una rama capaz de abarcar todos los métodos comerciales y mercantiles existentes y de futura existencia, sin embargo el derecho mercantil en la actualidad a perdido poco a poco la función de su aplicación en

los actos mercantiles y comerciales, dejando desregularizado muchos métodos existentes en la actualidad para proteger a los sujetos comerciales, aún siendo su función principal para mantener una seguridad comercial entre las partes existe una vulnerabilidad comercial ocasionada por la falta de protección a las garantías comerciales sean estas individuales o colectivas, la falta de control a los distintos métodos y herramientas mercantiles, la falta de estudio y desarrollo de las distintas figuras mercantiles y comerciales que surgen conforme al tiempo.

El derecho mercantil por la forma en que esta rama del derecho se desempeña y desarrolla se denomina autónoma, sin embargo, esta rama a pesar de ser parte del derecho privado carece de figuras comerciales y mercantiles para poder ser aplicada y provoca que tome figuras ambiguas en las distintas ramas del derecho, dejando un vacío en su aplicación como una rama que se basa en sus propios principios y características y al aplicarla en actos que la suplementa otra rama, hace vulnerable los distintos actos comerciales.

### **1.1 Historia del derecho mercantil**

“De acuerdo al criterio del autor, el derecho mercantil ha sufrido su propia evolución histórica, por lo cual se centra en las siguientes etapas que para el desarrollo de este tema son elementales,

#### **1. Roma**

Se tiene conocimiento que, durante la época del derecho romano, no se aceptó la existencia de reglas comerciales en particular, y al momento de tenerse conocimiento de algunas que provenían de países extranjeros, se ocuparon de incorporarlas a su propia

normativa.

Entre las normas que se pueden destacar de esta índole, se encuentra la responsabilidad de los barqueros, hosteleros y posaderos sobre la echazón y avería, así como lo relacionado al intercambio marítimo.

## 2. Edad media

Durante este lapso se considera que el derecho mercantil tuvo su génesis y se afirma como un derecho autónomo, rebasando al derecho romano al desarrollo comercial en esta etapa, las actividades comerciales se caracterizaban por ser pujantes ya que al día se realizaban múltiples operaciones entre personas que llegaban de diferentes lugares, sin embargo su auténtico auge lo encuentra en el siglo IX y principios del X, con el surgimiento de corporaciones, y la organización de comerciantes, mercaderes, por lo que la figura de la corporación adquiere autoridad propia, como célula madre de la legislación mercantil.

## 3. Edad moderna

En esta etapa aparecen como consecuencia ya de organizaciones a mayor escala, ya no limitadas, sino extendidas a los grandes Estados, con las ordenanzas emitidas por el poder público en el ejercicio de sus actividades legislativas.”<sup>1</sup>

En este periodo el derecho mercantil sufre una transformación ya que abandona la idea del derecho mercantil como normas que regulan a toda una sociedad, adoptando un sistema regulatorio de la actividades comerciales inherentes a las personas dentro de una

---

<sup>1</sup> Vásquez Martínez Edmundo. **Instituciones del derecho mercantil**. Pág. 19

sociedad en desarrollo comercial.

#### 4. Edad Contemporánea

Durante una serie de acontecimientos revolucionarios, nace la idea de unificar el comercio con el derecho privado, para que dentro de las actividades mercantiles comerciales no se haga distinción del derecho civil, ocasionando nuevas teorías comerciales y protección a los comerciantes, todo esto dentro del siglo XX.

### 1.2 Definición

La definición del derecho mercantil no es exacta, al quererla definir esta debe de ser estudiada y desarrollada, conforme al caso, acto u medio en que este se aplique pudiendo así tomar forma en derecho.

De las muchas definiciones que el derecho mercantil adquiere en los distintos tipos y medio en los que recae, podemos mencionar los siguientes

#### 1. El sujeto

En el derecho mercantil es necesario que se encuentre íntimamente ligado un sujeto que accione en los actos o métodos mercantiles, para poder adquirir sus respectivos objetivos comerciales o demás; por ello el sujeto es una figura crucial que no puede llegar a ser desligado de todo acto comercial o mercantil para poderlo definir.

Es importante mencionar que dentro de los actos mercantiles y comerciales no solo puede a ver un sujeto, es necesario que participen de dos a más sujetos en un mismo acto comercial o mercantil, ya que si no fuera así dichos actos que se desean consumir no podrían nacer a la vida jurídica; por ello mismo es importante tomar en cuenta al sujeto

como una figura mercantil en el que proviene la acción;

## 2. El objeto

Para que los actos y acontecimientos mercantiles pudieran obtener sus objetivos respectivos es necesario que existiese el objeto por el cual recae la acción y acto comercial entre los sujetos mercantiles; al aplicarse el derecho mercantil en el objeto es necesario que cumpla ciertas características que hace eficaz al objeto dentro del comercio los cuales son: 1) la onerosidad, la cual hace referencia el derecho mercantil que debe de tener un valor para los sujetos mercantiles y poder cumplir su objeto lucrativo dentro del derecho; 2) que debe ser bienes muebles, haciendo referencia a que el derecho mercantil en los objetos en que recae el comercio deben de ser transferibles. Estas características hacen que el objeto sea crucial para definir respectivamente el derecho mercantil.

Teniendo entendido los medios en que recae el derecho mercantil, es necesario establecer que para poderlo definir no basta únicamente tener conocimiento de estas figuras, poder comprender que el derecho mercantil abarca muchas ramas dentro de su materia y para ello se refleja en nuestro actual Código de Comercio quien las regula y aplica en la sociedad.

Dentro del marco jurídico el Código de Comercio carece de ciertas figuras y elementos teóricos que en la actualidad hace énfasis establecerlos dentro de un marco jurídico legal y por tal motivo, se dió la necesidad de crear ciertas figuras legales fuera del Código de Comercio para abarcar unos elementos que en la actualidad es necesarios regularlos, entre ellos podemos mencionar, la Ley de Almacenes Generales de Deposito, la Ley de Bancos, La ley de Protección al Consumidor y al Usuario, la Ley de Derechos de Autor y

Derechos Conexos, entre otros que buscan unificar la materia del derecho mercantil por lo que puede ser definido de la siguiente manera

“El derecho mercantil, es el conjunto de normas jurídicas, principios, doctrinas e instituciones que buscan regular las actividades de los comerciantes y sus distintas herramientas, las cosas o bienes mercantiles minoritarios o mayoritarios y el negocio jurídico mercantil.”

### **1.3 Características**

Las cualidades de la rama privada del derecho mercantil están basadas a que el negocio y el comercio jurídico mercantil se efectúe de manera efectiva y ágil, con el objeto de obtener los resultados de cualquiera de los actos comerciales y mercantiles que son realizados por las partes que intervienen dentro de los mismos.

Las características del derecho mercantil son las siguientes:

#### **1. Es poco formalista**

“La circulación para que sea fluida, exige que la formalidad esté regulada en la mínima expresión. Los negocios mercantiles se concretan en simples formalidades sólo explicables para un conjunto de relaciones que por su cantidad no podrían darse fácilmente de otra manera, para adaptarse a las peculiaridades del tráfico mercantil.”<sup>2</sup>

De tal manera el derecho mercantil trata de que todo tipo de actos relacionadas a sus ramas respectivas gocen correspondientemente de una libertad legal que ocasiona que es más fácil su actuar y objetivos adquiridos; sin embargo, deja una vulnerabilidad dentro

---

<sup>2</sup> Villegas Lara Rene Arturo. **Derecho mercantil guatemalteco**. Pág. 21



del marco de la seguridad jurídica al momento que el derecho mercantil se va actualizando y desarrollando conforme al tiempo, provocando que las personas sean vulnerados sus derecho comerciales respectivos, al no estar plasmados en documentos formales.

## 2. Adaptabilidad

“El derecho mercantil va íntimamente ligada al comercio el cual es una función humana que cambia día a día y las formas comerciales se desenvuelven progresivamente, cuyo resultado es una legislación que va de la mano con la práctica, adaptándose así a las condiciones reales del mismo fenómeno comercial.”<sup>3</sup>

El derecho mercantil es necesario que sea adaptable a todos los cambios que sufre el comercio y demás actos mercantiles, provocando que las formas en que conocemos el comercio y demás herramientas mercantiles se adapten a nuestra comodidad social, mejorando más y más la economía. Sin embargo, al adaptarse a los cambios es necesario que se desarrolle la doctrina y las bases legales que sustentan dichos actos que poco a poco se han ido perdiendo, quedando únicamente el objetivo de dichos actos y los principios que provocan a las partes se aprovechen de la capacidad permisiva del derecho mercantil y no ver por qué se adapta el derecho mercantil a los acontecimientos actuales.

## 3. Rapidez y libertad

La agilidad y facilidad es lo que hace que el derecho mercantil sea de manera más accesible a la adquisición de bienes comerciales para sus distintos usos y objetivos personales, esto hace que el derecho mercantil trate de incorporarse en un mundo en

---

<sup>3</sup> Villegas Lara Rene Arturo. **Op. Cit.** Pág. 12

donde los contratos y métodos comerciales sean accesibles y celebrados lo más pronto posible para poder garantizar la agilidad de dichos actos comerciales esto va de la mano con el carácter del poco formalismo que posee el derecho mercantil dejando a un lado la intervención de terceras personas que no formen parte del contrato comercial y prestando más interés en el acto propio comercial para la adquisición pronta de los bienes y demás actos mercantiles que se quieran realizar bajo términos rápidos y libres de formalidades.

#### 4. Tiende a ser internacional

La facilidad de poder intercambiar mercancías en un ámbito global, hace que el derecho mercantil adopte métodos internacionales para que el acto jurídico sea seguro y justo tanto en el comercio como en lo económico para ambas partes.

Al hablar de esta característica en los actos continuos del derecho mercantil provoca una serie de irregularidades a lo largo de su aplicación, ya que muchos países poseen leyes internas y no internacionales para la exportación de sus mercancías a nivel global y países en vías de desarrollo se ven obligados a estar sujetas a las disposiciones comerciales que decida el país dominante para la adquisición de mercancías que son necesarias para el desarrollo del comercio global, ignorando la regulaciones internacionales.

#### 5. Equitativo y lucrativo

Cuando se habla de equidad dentro del derecho mercantil hace referencia a la justa ganancia que garantiza a los sujetos que participan y forman parte dentro del comercio; el derecho mercantil por naturaleza es lucrativa y no puede beneficiar a una sola parte dentro de un acto comercial; las partes tienen que obtener ganancia y beneficios justos que se reflejan dentro del comercio, entre más presencia y más involucramiento allá, mayor

será la ganancia del que toma parte dentro del acto y entre menos parte tenga dentro del acto, menor ganancia percibe.

#### 6. Posibilita la seguridad del tráfico jurídico

En todo tipo de actos jurídicos mercantiles conlleva el riesgo de que las partes puedan generar vicios ocultos dentro del contrato, ocasionando que muchos derechos y garantías sean vulnerados y violentados a causa de una intención contraria a la buenas costumbres por lo que el derecho mercantil dentro del comercio garantiza que el comercio y actos mercantiles se desenvuelvan basados en la verdad sabida y buena fe guardada, de manera que al ejecutar, interpretar y cumplir todo tipo de obligaciones y contratos mercantiles se respetara y protegerá las rectas y honorables intenciones comerciales.

### 1.4 Principios

Las siguientes bases doctrinarias que inspiran al derecho mercantil se consideran las siguientes

#### a. La buena fe

Todos los contratos y actos que se realizan en el comercio tienen como deber el guardar lealtad dentro del negocio sin límite alguno. Considerándose de mala fe todo acto que tiene como finalidad no celebrar un acuerdo bilateral en el negocio.

#### b. La verdad sabida

Dentro del comercio las partes conocen sus derechos como sus obligaciones por lo que no puede llegar a ser ignoradas cada una de estas dentro del negocio.

c. Toda prestación se presume onerosa

Dentro de todo acto comercial se presume que debe de prevalecer un pago, el cual debe de efectuarse conforme a lo establecido en el negocio.

d. Intención de lucro

Todo acto dentro del comercio se efectúa con el único objetivo primordial del derecho mercantil, el cual es generar ganancia o dinero mediante los negocios que el comercio ofrece.

e. Ante la duda debe favorecerse las soluciones que hagan más segura la circulación

Al presentarse un problema dentro de los actos comerciales provocando dudas sobre la forma en cómo debe de llevarse de manera segura los actos comerciales, se debe de resolver a favor de los actos que favorezcan el tráfico comercial.

f. Uniformidad internacional

El derecho mercantil debe ser guiado a que las normas y reglamentos en el comercio internacional sean semejantes con el objeto de concretar una negociación.

Se puede apreciar que los principios de derecho mercantil se dirigen a concretar de la manera más fácil y segura el comercio por lo que las partes están obligadas a respetar y cumplir cada una de estas bases doctrinales.

## 1.5 Fuentes

Entre las más importantes están:

1. La costumbre

“La cual puede ser definida como “un conjunto de usos o prácticas que realizan los comerciantes de manera uniforme, reiterada y pública, ha ocupado un destacado lugar en la evolución del derecho mercantil y en el desarrollo del mundo de los negocios. La Costumbre mercantil es fuente del derecho y creadora de normas jurídicas, siempre que no contrarie manifiesta o tácitamente la ley, y que los hechos constitutivos donde haya de cumplirse las prestaciones o surgido las relaciones que deban regularse por ella.”<sup>4</sup>

## 2. La jurisprudencia

En Guatemala, la jurisprudencia está regulada en el Artículo 2, párrafo segundo de la Ley del Organismo Judicial que dice “La Ley es la fuente del ordenamiento jurídico. La jurisprudencia, la complementará.”

## 3. La Ley

Como toda norma jurídica general cuya formulación interviene expresamente un órgano estatal, quedando incluidos en dicho concepto el reglamento administrativo y aun el tratado internacional, por lo cual no es necesario hacer referencia especial a ellos.

## 4. Doctrina

Que puede ser definida como el conjunto de principios, interpretaciones, y opiniones formuladas y expuestas por los técnicos en materia jurídica.

## 5. El contrato

Su definición legal se encuentra regulada en el Código Civil en el artículo 1517 que

---

<sup>4</sup> Mantilla Molina Roberto. **Derecho mercantil**. Pág. 46



establece, “Hay contrato cuando dos o más personas convienen en crear, modificar o extinguir una obligación”.

## 6. Los usos mercantiles

“A los usos se le considera de modo general, como fuente supletoria del derecho mercantil, ya que sirven como fuente subsidiaria de las leyes mercantiles, toda vez que suplen el silencio de la ley y de los contratos.”<sup>5</sup>

### 1.6 Sujetos

Los principales son;

#### 1. Comerciante individual

El comerciante individual es toda persona que tiene facultad para ser un ente de adquirir derechos y contraer obligaciones. Respecto a esto el Código de Comercio de Guatemala en su Artículo 6 establece: “Capacidad. Tienen capacidad para ser comerciantes las personas individuales y jurídicas que, conforme al Código Civil, son hábiles para contratar y obligarse.”

#### 2. Comerciante extranjero

Las personas extranjeras si pueden ejercer el comercio y representar a personas jurídicas en Guatemala, siempre y cuando estén debidamente inscritos según las disposiciones del Código de Comercio de Guatemala.

Los comerciantes extranjeros tendrán los mismos derechos y obligaciones que un

---

<sup>5</sup> Mantilla Molina Roberto. **Op. Cit.** Pág. 48

comerciante guatemalteco. El Código de Comercio de Guatemala regula al comerciante extranjero en el Artículo 8.

### 3. Comerciantes sociales especiales

El comerciante social se refiere exclusivamente a las sociedades mercantiles, donde algunas de estas sociedades se rigen únicamente por el Código de Comercio, pero existen otras como sociedades anónimas de seguros, sociedades anónimas financieras, sociedades anónimas bancarias; que además de regirse por el Código de Comercio también se rigen por su ley especial, en donde se sujetan además a obligaciones y derechos diferentes a las establecidas para las sociedades en general.

#### 1.7 Derecho mercantil en Guatemala

Derecho mercantil guatemalteco es el conjunto de normas jurídicas, codificadas o no, que rigen la actividad profesional de los comerciantes, las cosas o bienes mercantiles y la negociación jurídica mercantil.

También puede ser definido como el conjunto de normas relativas a los comerciantes en el ejercicio de su profesión, a los actos de comercio legalmente calificados como tales y a las relaciones jurídicas derivadas de la realización de estos; en términos amplios, es la rama del derecho que regula el ejercicio del comercio. Uno de sus fundamentos es el comercio libre.

En la época de la colonia Guatemala estaba regida al igual que los demás dominios españoles a través de una serie de legislaciones propias de España, entre las cuales podemos destacar La Recopilación de Leyes de Indias, Las Leyes de Castilla, Las Siete



Partidas y la Ordenanza de Bilbao, las cuales ya incluían normas específicas de comercio.

Todo el territorio estaba sujeto al Virreinato de Nueva España, donde el comercio era controlado por el Consulado de México, pero debido a la presión que ejercía la Capitanía se creó el Consulado de Comercio de Guatemala.

Al darse la independencia política de Centro América, esta no fue en su totalidad cierta ya que la legislación que se aplicaba era la española. Pero en el gobierno de Mariano Gálvez se sustituyeron las leyes españolas por el Código de Livingston, lo cual al final no dio resultado.

En el gobierno de Rafael Carrera hubo un retraso en la legislación guatemalteca ya que se volvieron a implementar las leyes españolas, pero esto duro solo hasta la revolución de 1871.

En el año de 1877, se promulgó una nueva legislación guatemalteca en donde se incluía un Código de Comercio, el cual, según César Vivante, lo califica como una imitación del código chileno. En el año de 1942 se promulgó el nuevo Código de Comercio, en donde ya existe una mejor codificación, pero aún sigue habiendo leyes dispersas.

El Decreto 2-70 del Congreso de la República de Guatemala, actual Código de Comercio de Guatemala, fue promulgado en 1970; en este código se buscó satisfacer las necesidades mercantiles tanto nacionales como internacionales de Guatemala. Además de este Código podemos decir que existen otras leyes que ayudan al comercio y mejoran su práctica.

El derecho mercantil o derecho comercial es una rama particular del derecho privado que

tiene como objetivo normar y acompañar las dinámicas de intercambio de bienes y servicios, es decir, los actos comerciales contemplados en la ley, así como las implicaciones jurídicas que se desprendan de ellos.

En otras palabras, el derecho mercantil vela por el correcto desenvolvimiento de la actividad económica y establece el marco de intervención de los poderes públicos en caso de que fuera necesario, como en el caso de la protección a los consumidores. El sistema financiero, en particular, se encuentra fuertemente vigilado, dadas las enormes sumas de dinero que moviliza.

Por último, en conclusión se considera que es de vital importancia el conocimiento de los pilares generales que informan al derecho mercantil, su evolución histórica, características, fuentes, y sujetos, ya que de ellos se desprende la actividad comercial específica que será analizada.

## **CAPÍTULO II**

### **2. Comercio**

“El pueblo de la antigüedad más comerciante del mundo fue el fenicio. El centro del comercio fenicio se hallaba en la ciudad de Tiro, capital de Fenicia, en la cual se concentraba todo el comercio de los productos de Asia y se fue extendiendo por el litoral mediterráneo y archipiélago griego y, cruzando el estrecho de Gibraltar, llegaron hasta las costas de la Gran Bretaña.”<sup>6</sup>

Las guerras púnicas que sostuvo Roma contra Cartago, tuvieron por efecto también

---

<sup>6</sup> Diccionarios y enciclopedias en línea. Diccionario de la lengua Alkona. **Comercio**. España. Pág. 12

determinar entre ambas poderosas rivales el predominio en el comercio. Siendo el reinado de Augusto el de mayor esplendor comercial de Roma, y la ciudad de Alejandría llegó a ser el máximo emporio comercial del mundo conocido en aquella época por la influencia de truques entre los comerciantes, abriendo un comercio mundial marítimo que se regía bajo las leyes de roma y abriendo el comercio internacional a la circulación de mercaderías con el pago de una moneda de oro y plata que se caracterizaba por su valor global.

Asimismo, durante la edad media surgen tres grupos comerciales: Italia, Flandes, y la potente confederación político-comercial hanseática, fundada por las hoy conocidas ciudades de Lubeck, Brema y Hamburgo.

En los tiempos modernos, ya situados en el siglo XX, en los Estados Unidos de América, apareció una nueva forma de comercializar mercancías: la venta por catálogo, el cual fue impulsado por las grandes tiendas de mayoreo.

Este sistema de venta, innovador para la época, consiste en un catálogo con fotos ilustrativas de los productos a vender. Esta forma de comercializar, acerca los productos o mercancías a los clientes, ya no siendo necesario esperar a que acudan a un almacén.

Además, otro punto importante de esto es que los potenciales compradores pueden escoger los productos en la tranquilidad de sus hogares, sin la asistencia o presión, según sea el caso, de un vendedor.

La venta por catálogo cobró mayor auge con la aparición de las tarjetas de crédito; además de determinar un tipo de relación de mayor anonimato entre el cliente y el vendedor. A mediados de 1980, con la ayuda de la televisión, surgió una nueva forma de

venta por catálogo, llamada venta directa, apoyada en la estrategia de marketing denominada infomercial.

De esta manera, los productos son mostrados con mayor realismo, resaltando sus características. La venta directa, es concretada mediante un teléfono y usualmente con pagos de tarjeta de crédito.

A principio de los años 1970, aparecieron las primeras computadoras, dando inicio a las relaciones comerciales que utilizaban medios electrónicos para transmitir datos. Este tipo de intercambio de información, sin ningún tipo de estándar, trajo aparejado mejoras de los procesos de fabricación en el ámbito privado, entre empresas de un mismo sector, por ejemplo, supermercados mayoristas.

Estas empresas implementaron un sistema para procesar órdenes electrónicas, lo cual ofreció importantes beneficios, eliminándose errores de entregar y reduciendo el tiempo de procesamiento.

Por otra parte, el uso de estas tecnologías para la compensación de datos en el sector público, tuvo su origen en las diligencias militares de los Estados Unidos de América. A fines de la década de 1970, el Ministerio de Defensa de Estados Unidos inició un programa de investigación, mediante el proyecto DARPA, destinado a desarrollar técnicas y tecnologías que consintiesen intercambiar de manera transparente paquetes de información entre desiguales redes de computadoras, el proyecto encargado de diseñar esos protocolos de comunicación se llamó: Internetting Project, y de este proyecto de investigación procede el nombre del popular sistema de redes, que fueron desarrollados simultáneamente por Vinton Cerf y Robert Kahn y son los que actualmente se emplean

en internet.

Finalmente, la innovación más importante, tecnológicamente hablando, sucedió en la década de 1990, dando como resultado el Internet como hoy se conoce, ocasionado por la aplicación de las interfaces gráficas o hipervínculos, los cuales permiten ir de un lugar en la red a otro, con un simple clic del ratón.

Se puede afirmar que es precisamente éste avance el que por fin permite la consolidación y apogeo de la red y por consiguiente, del comercio tradicional, simplificándose cada vez más, y modificándose en lo que se denomina Comercio Electrónico.

La importancia que tiene la red World Wide Web en la actualidad, en específico la Internet, se muestra en la existencia de un mercado globalizado, sin barreras fronterizas, al que pueden acceder tanto compradores como vendedores, adquiriendo la más amplia gama de bienes y servicios, el cual se encuentra en operación los 365 días del año, las 24 horas del día y, que, además, opera en condiciones de competencia similares para todos los sujetos intervinientes.

El perfeccionamiento del comercio global que en la actualidad no se compara como lo acostumbrado en los siglos XIX y XX, el trueque siendo un método poco formalista y conformista para los sujetos comerciales al recibir de manera inmediata, fácil y corpórea lo que correspondía a cada uno, surgieron necesidades de facilitar la forma de pago y nace El Banco como un tercero interventor que facilitaba la transferencia dineraria entre los sujetos comerciales, mediante cartas de crédito, ordenes de pago y métodos telegráficos para hacer ordenes de pago a nivel bancario.

El comercio conforme al tiempo se envuelve en un entorno accesible, simple y poco

formalista, con la ayuda de internet y otros medios electrónicos el comercio a desarrollar con métodos simples y accesibles a perfeccionar negocios y actos comerciales que crea una moneda virtual simple de transferir denominada criptomoneda, que tuvo su auge en el año de 1980 por David Chaum quien creó y desarrolló eCash una moneda electrónica que fue el camino para poder desarrollar métodos de pagos digitales que utilizan la criptografía que garantiza la seguridad transaccional del comercio global a nivel mundial, método que busca remplazar la intermediación financiera comercial bancaria.

## 2.1 Comercio de forma tradicional

“El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española indica que comercio viene de la raíz latina commercĭum, y que se refiere a la negociación que se hace comprando y vendiendo o permutando géneros o mercancías. También se refiere el vocablo a una tienda, almacén o establecimiento comercial.”<sup>7</sup>

“El autor define al comercio como la actividad lucrativa que consiste en intermediar directa o indirectamente entre productores y consumidores, con el objeto de facilitar y promover la circulación de la riqueza.”<sup>8</sup>

Para este autor el comercio es simplemente el intercambio de bienes y servicios, utilizando el dinero como medio indirecto de intercambio. El comercio se desarrolla de forma dinámica y todos participan en él, ya sea comprando en un mercado o en una hipertienda, colocando avisos en la sección de clasificados o trabajando cada día en una empresa que produce bienes o servicios.

---

<sup>7</sup> Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española. Comercio. España. Pág. 21

<sup>8</sup> Ossorio, Manuel. **Diccionario de Ciencias Jurídicas, políticas y sociales**. Pág. 136

Según el diccionario consultor de economía, el comercio es el proceso y los mecanismos utilizados, necesarios para colocar las mercancías, que son elaboradas en las unidades de producción, en los centros de consumo en donde se aprovisionan los consumidores, último eslabón de la cadena de comercialización. Es comunicación y trato.

“El autor, opina que el comercio desde el punto de vista legal es la negociación o actividad que busca la obtención de ganancia o lucro en la venta o compra de mercaderías, actividad regulada por el Derecho Comercial.”<sup>9</sup>

Cuando se piensa en el comercio desde los anteriores puntos de vista, intuitivamente se reconocen diferentes roles o papeles, estos son enumerados a continuación:

#### 1. Compradores

Personas con dinero o capacidad de compra que desean adquirir un bien o servicio.

#### 2. Vendedores

Aquellos que ofrecen bienes y servicios a los compradores.

#### 3. Productores

Quienes crean los productos y servicios que los vendedores ofrecen a los compradores. Un productor es siempre y necesariamente, un vendedor también. El productor vende los bienes o servicios producidos a un mayorista, un minorista o directamente a los consumidores.

A lo largo de la historia, el comercio tradicional a sido una parte fundamental de la

---

<sup>9</sup> Barrios Osorio, Omar Ricardo. **Derecho e informática, aspectos fundamentales**. Pág. 279.

economía global y ha evolucionado desde los mercados locales hasta las tiendas minoritarias y los negocios familiares.

## **2.2 Elementos del comercio**

El comercio electrónico como una actividad lucrativa realizada entre personas con el ánimo de intercambiar productos o servicios, está conformado por una serie de elementos, los cuales son:

1. El producto o servicio para ofrecer.

El producto puede ser cualquier cosa, desde libros hasta carros. Y el producto puede obtenerse directamente de un productor o a través de un distribuidor.

2. Un lugar desde el cuál vender los productos.

El lugar puede ser físico o tan efímero como un número de teléfono. Si un cliente necesita cuchillos, llama a Cuchillos, S.A. por teléfono para ordenarlos y si la empresa los entrega en el domicilio del cliente, entonces el número de teléfono es el lugar donde se compró este producto.

Para la mayoría de productos físicos, por lo general se piensa en un lugar como almacén de algún tipo. Pero si se reconsidera el asunto, se observa que el lugar para cualquier empresa tradicional de órdenes por correo es la combinación de un catálogo y un número telefónico o mail box.

3. Una forma de atraer a clientes potenciales.

Es necesario imaginar una manera para que la gente contacte o acuda al lugar de venta,

ya sea físico o no. Este proceso es conocido como mercadeo. Si nadie sabe que el lugar del negocio existe, no es posible vender algo. Por lo que la publicidad juega un papel muy importante a la hora de conseguir clientes potenciales para el bien o servicio ofertado.

#### 4. Métodos para aceptar órdenes.

Por ejemplo, en un supermercado se hace con la selección física que hace el comprador del producto. En una empresa de órdenes por correo, las órdenes vienen por correo o teléfono y son procesadas por empleados de la misma empresa.

#### 5. Mecanismos para aceptar alguna forma de dinero.

En un supermercado, por ejemplo, se puede utilizar efectivo, cheque o tarjeta de crédito o débito para pagar los productos. Las transacciones de negocio a negocio a menudo utilizan órdenes de compra.

Y muchos negocios no requieren el pago por el producto o servicio en el momento de la entrega y, existen algunos productos y servicios que son entregados continuamente agua, electricidad, teléfono, Internet, etc.

#### 6. Entregar el producto o servicio.

A menudo conocido como fulfillment. En un supermercado, por ejemplo, la satisfacción es automática. El cliente escoge el artículo que desea, lo paga y sale por la puerta. Por otro lado, en un negocio de órdenes por correo, los artículos son empacados y enviados, y el fulfillment no se verifica hasta que el cliente tiene en sus manos el producto.

#### 7. Manejo de devoluciones.

En algunos casos, puede ser que a los clientes no les guste lo que compraron, así que es necesaria una manera de aceptar devoluciones. Es opcional cobrar los gastos por las devoluciones y se puede requerir o no al cliente, que obtenga autorización antes de devolver algo, así como establecer un plazo dentro del cual puede realizar la misma.

#### 8. Manejo de garantías.

Algunas veces los productos se dañan o se quiebran, por lo que es necesaria una forma de responder a los reclamos de garantía por parte de los clientes. Siempre delimitando el plazo de tiempo que cubre la garantía, y lo que cubre la misma.

#### 9. Soporte técnico.

Con el avance tecnológico, hoy en día muchos productos son tan novedosos que requieren departamentos de servicio al cliente y soporte técnico para ayudar a los clientes a utilizarlos, los celulares, lavadoras, entre otros, son un buen ejemplo de este tipo de productos. Los artículos tradicionales, generalmente requieren menos soporte que los modernos artículos electrónicos.

#### 10. Infraestructura administrativa.

Aunque en ocasiones no agrega valor para los clientes, es necesario llevar registros, por muy básicos que sean, de los movimientos de la empresa. Estos registros incluyen información de inventarios, clientes, ventas, proveedores, cuentas por pagar, control de impuestos, registros de personal, costos, por citar algunos.

Generalmente esta información es interna y confidencial, aunque puede darse el caso de formar alianzas de negocios con proveedores o entidades financieras, compartiendo

cierta información con ellos.

### **2.3 Tipos de comercio**

El comercio es una fuente de recursos tanto para el empresario como para el país en el que esté constituido, cuantas más empresas vendan el mismo producto o brinden el mismo servicio, se abaratan los servicios.

#### **1. El comercio mayorista**

Es la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador por lo regular no es el consumidor final de la mercancía: la compra con el objetivo de vendérsela a otro comerciante o a una empresa manufacturera que la emplee como materia prima para su transformación en otra mercancía o producto.

#### **2. El comercio minorista**

Es la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador es el consumidor final de la mercancía; es decir, quien usa o consume la mercancía.

Estos dos tipos de comercio incluyen a los siguientes:

- a. El comercio interior Es el que se realiza entre personas que se hallan presentes en el mismo país, sujetos a la misma jurisdicción.
- b. El comercio exterior Es el que se efectúa entre personas de un país y las que viven en otro.
- c. Comercio terrestre, comercio marítimo, comercio aéreo y comercio fluvial hacen referencia al modo de transportar la mercancía y cada uno es propio de una rama del derecho mercantil, que lleva el mismo nombre.

- d. El comercio por cuenta propia es el que se realiza por cuenta propia, para sí mismo.
- e. El comercio por comisión es el que se realiza a cuenta de otro.
- f. El comercio electrónico el término comercio electrónico hace referencia a cualquier forma de transacción o intercambio electrónico de bienes, información o servicios, la cual facilita las operaciones comerciales y que genera políticas gubernamentales específicas para mejorar la posición competitiva de las economías; cuyo intercambio se basa en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como internet.

## **2.4 Comercio en Guatemala**

En Guatemala, el comercio se encuentra reconocido en la Constitución Política de la República de Guatemala, dentro de los denominados derechos humanos individuales, y en su Artículo 43 establece que: “se reconoce la libertad de industria, de comercio y de trabajo, salvo las limitaciones que por motivos sociales o de interés nacional impongan las leyes.”

La gaceta Jurisprudencial de la Corte de Constitucionalidad de Guatemala, citada por, define el comercio como: “la actividad lucrativa que ejerce cualquier persona física o jurídica, sea en forma individual o colectiva, intermediando directa o indirectamente entre productores y consumidores, con el objeto de facilitar y promover la circulación de la riqueza.”

El decreto dos guion setenta del Congreso de la República de Guatemala que en su Artículo 2 establece “Son comerciantes quienes ejercen en nombre propio y con fines de lucro, cualesquiera actividades que se refieren a los siguientes: 1. La industria dirigida a

la producción o transformación de bienes y a la prestación de servicios; intermediación en la circulación de bienes y prestación de servicios; 3. La Banca, seguros y fianzas; 4. Las auxiliares de las anteriores.

Por lo que, en síntesis, la palabra comercio da la idea de traspaso o intercambio de cualquier bien o servicio, entre personas físicas o jurídicas, que tienen ánimo de lucro, siendo el medio utilizado, generalmente, para adquirirlos: el dinero; y siendo que el comercio está reconocido y garantizado por la Constitución Política de la República de Guatemala, es un derecho que como habitantes de la república se goza, teniendo la libertad de intercambiar mercancías, sin más limitaciones que las establecidas por el interés nacional.

## **2.5 Acuerdos comerciales en Guatemala**

Uno de los mayores factores que benefician el comercio en Guatemala son los Tratados Comerciales que tiene con diversos países. A continuación, mencionamos los principales acuerdos comerciales de Guatemala.

### **1. Triángulo del Norte de Centroamérica.**

Este es un acuerdo que tiene Guatemala con Honduras y El Salvador, que son dos de los países con los que más comercia. Este se estableció en 2017 pero fue hasta el año siguiente cuando El Salvador se unió al acuerdo. El principal objetivo es aumentar las oportunidades comerciales a través de la libre circulación de mercancías y personas.

### **2. Tratado de Libre Taiwán, Guatemala.**

Este acuerdo surge como un vínculo de amistad tradicional y cooperación al desarrollo de

ambas regiones, este nace y fue ratificado por ambos países en el año del 2008, que contiene exoneraciones arancelarias de las exportaciones agrícolas de ambos países, en la que muchos guatemaltecos son beneficiados al exportar azúcar y café siendo los productos comerciales mas solicitados en el territorio Taiwanés.

### 3. Tratado de Libre Comercio con México, Costa Rica y Nicaragua.

Guatemala, Honduras y El Salvador (el triángulo del Norte) también tienen un Tratado Comercial conjunto con México, Costa Rica y Nicaragua. Ésta permite un mejor flujo del comercio internacional e impulsa la inversión extranjera. Hemos mencionado que los países de Centroamérica son los principales socios para el comercio en Guatemala, por lo que la creación de este tratado beneficia mucho a la economía guatemalteca.

### 4. Guatemala y la Asociación Europea de Libre Comercio.

En el 2015, Guatemala firmó un acuerdo con la Asociación Europea de Libre Comercio con el que se mejoran los lazos comerciales y promueven el comercio entre Guatemala y los países europeos. Esto le otorga un mayor alcance comercial al país.

En el periodo del año 2015 los países centroamericanos conformaron una alianza comercial con Corea del Sur y celebraron tratados de libre comercio todos los países a excepción de Guatemala, al tener ciertas inconformidades con los precios arancelarios de productos específicos, quedando Guatemala aislada dentro de ese tratado. En el periodo del año 2023 reanudan nuevas negociaciones con Corea del Sur para poder formar parte de este tratado comercial de beneficio para los guatemaltecos, arreglando diferencias en exportación de productos tales como cemento, acero y hierro de ambos territorios; queda a la espera que Guatemala defina los porcentajes y preciosos arancelarios para poder

culminar y ratificar legalmente el tratado de libre comercio con Corea del Sur.

Entre muchas de las cualidades que benefician el comercio en Guatemala, podemos destacar que este país cuenta con una posición muy privilegiada. Al encontrarse justo en el centro, se crea un puente natural entre América del Norte y del Sur. Por ese país pasan toneladas de mercancía al año. Asimismo, su posición geográfica le facilita comerciar más fácilmente con la mayoría de los países americanos.

En cuanto a sus productos, durante el 2020, casi el 50% del total de los productos exportados se encuentran en el rubro de alimentos y bebidas. Principalmente comerció con Honduras, El Salvador y Nicaragua, que se ve favorecido por el Tratado Comercial anteriormente mencionado.

Gracias al incremento que existió en estas exportaciones se generaron nuevos empleos que benefició a la población guatemalteca. Asimismo, Guatemala es el principal exportador de aguacate para Centroamérica, así como también realizó envíos a los Países Bajos y Reino Unido.

Según las estadísticas proporcionadas por el Banco de Guatemala, las exportaciones de energía eléctrica han registrado un aumento desde el año 2015. Esto lo convierte en uno de los principales proveedores de energía eléctrica de Centroamérica.

Como se ha visto, los productos que Guatemala exporta al resto del mundo, si bien no presenta cifras sumamente elevadas, sí resultan importantes para los países de Centroamérica y algunos de América Latina.

Como se ha mencionado anteriormente, la economía de Guatemala es la novena más

grande de América Latina. Su principal área económica es la agrícola, ya que se trata del mayor exportador de cardamomo a nivel mundial, así como también es de los más importantes exportadores de café y azúcar.

En conclusión, se denomina comercio a la actividad socioeconómica que consiste en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes o servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación.

### **CAPÍTULO III**

#### **3. Comercio electrónico**

Para poder desplegar el tema de comercio electrónico es de suma importancia establecer y retroalimentar ciertos conceptos básicos. Al respecto se utilizará la clasificación establecida por el autor, quien explica punto por punto los siguientes:

##### **1. “Sistemas de información**

Es la reunión de un conjunto de elementos entre los que se encuentra fundamentalmente los usuarios, el hardware, y software, los procedimientos y sobre todo una base de datos que es la información automatizada, utilizados para la toma de decisiones sobre un servicio o mercancías.”

La Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre Comercio Electrónico, no brinda una definición de comercio electrónico, ya que la aplicación de dicha norma internacional abarca todo tipo de información, en forma de mensaje de datos, utilizada en el contexto de actividades comerciales, por lo que únicamente define lo que se entenderá por “sistema de

información”, consistiendo este en un amplio sistema, utilizado para generar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos; y de esta manera no se limitan los medios electrónicos utilizados dentro del comercio.”<sup>10</sup>

“Para el autor anteriormente mencionado, la definición de sistemas de información pretende englobar toda la gama de medios técnicos empleados para transmitir, recibir y archivar información. Por ejemplo, cita el autor, un sistema de información podría referirse a un buzón electrónico o incluso a una telecopiadora.”<sup>11</sup>

## 2. Redes informáticas públicas y privadas

El comercio electrónico se concibe, manifiesta y perfecciona a través de redes informáticas, que pueden ser de carácter privado o público. Las redes informáticas privadas son redes que permiten el acceso validado de usuarios a los distintos recursos de la misma, debiendo poseer clave para poder acceder a la información; por el contrario, las redes públicas son aquellas redes que, ofrecen un acceso libre a toda la información, sin restricciones, como, por ejemplo, la red Internet.

Concurren tres tipos de redes de computadoras o informáticas, las cuales, según el autor, se clasifican en

1. La Red de Trabajo de Área Local o Intranets, por estar conectada en una misma ubicación, es decir en un mismo edificio o local.
2. La Red de Trabajo de Área Extendida denominadas Extranets, por conectar a dos o más espacios físicos, similar a conectar varias agencias bancarias.

---

<sup>10</sup> Barrios Osorio, Omar Ricardo. **Op. Cit.** Pág. 281

<sup>11</sup> **Ibid.** Pág. 282

3. La red que interconecta una red de computadoras con otra o varias informáticas, conocida como Interworks o redes conectadas a otras redes; el mejor ejemplo es la internet.

### 3.1 Definición

El comercio moderno está caracterizado por un incremento en la capacidad adquisitiva de los suministradores, de la competitividad global y de las expectativas de los consumidores. En respuesta a dicho incremento, fue necesario un reajuste de organización, estructura interna y procedimientos del comercio mundial.

Las antiguas estructuras jerárquicas quedaron obsoletas y se están eliminando las barreras que, durante tanto tiempo, han existido entre empresas, proveedores y clientes. Siendo el comercio electrónico la plataforma que hace posible dichos cambios a escala global, por lo que, es necesario establecer un concepto real del mismo.

“Según el autor el término comercio electrónico ha evolucionado desde su significado original de compra electrónica al actual que abarca los aspectos de mercado y empresa habilitados por Internet y las tecnologías de la World Wide Web.”<sup>12</sup>

Para el citado autor, el comercio electrónico, es entendido como la oferta de la contratación electrónica de productos y servicios a través de ordenadores o terminales informáticos conectados a través del entorno de red abierto que constituye internet, el cual representa un fenómeno en plena expansión con cuotas de crecimiento extraordinarias en número de conexiones de clientes y operaciones.

---

<sup>12</sup> Aguilar Guerra, Vladimir Osman. **El negocio jurídico. Guatemala.** Pág.133

“Este autor expone que, en un sentido estricto, el comercio electrónico se entiende como todo tipo de transacción comercial por medios electrónicos. En un sentido más generalizado, la expresión comercio electrónico apunta más a las transacciones con consumidores en Internet, ya que, desde el punto de vista económico, se ha presentado antes y continúa teniendo una mayor relevancia económica.”<sup>13</sup>

El concepto de comercio electrónico está compuesto de dos palabras; la primera comercio que se refiere al acto o conjunto de actos que surgen de la relación que existe entre la compra-venta, intercambio de productos u otra clase de servicios; la segunda, electrónico, es utilizada para describir el medio que se utiliza para celebrar la actividad comercial.

La comisión de la unión europea en la comunicación denominada iniciativa europea de comercio electrónico, explica que el comercio electrónico consiste en realizar electrónicamente transacciones comerciales, ya que está basado en el tratamiento y transmisión electrónica de datos, incluidos texto, imágenes y vídeo.

Es un concepto que comprende actividades muy diversas, como, por ejemplo, la comercialización de bienes y servicios, suministro en línea de contenidos digitales, subastas, por mencionar algunos.

La Asociación de Usuarios de Internet de España, define al comercio electrónico como cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación.

---

<sup>13</sup> Orduña Moreno, Francisco Javier. **Contratación y comercio electrónico**. Pág. 126

“El grupo de trabajo sobre comercio electrónico y comercio exterior dependiente del comercio de economía, citado por el autor, ha definido al comercio electrónico como, el conjunto de transacciones comerciales y financieras realizadas por medios electrónicos, esto es, el procesamiento y la transmisión electrónica de datos, incluyendo texto, sonido e imagen.”<sup>14</sup>

La International Communication Union, expuso que el concepto de comercio electrónico no es nuevo y puede ser definido de varias formas. Generalmente, incluye la producción, publicidad, venta y distribución de productos por medios electrónicos basados en el procesamiento y transmisión de datos digitalizados. La discusión se centra en la actividad comercial que tiene lugar en Internet y que incluye tanto a empresas como consumidores.

La definición de comercio electrónico no se limita a la compra y venta de bienes y servicios, también abarca otras actividades importantes, incorpora el uso de las redes para actividades anteriores o posteriores a la venta como son las siguientes;

1. La publicidad.
2. La búsqueda de información.
3. El aseguramiento de las posibles transacciones.
4. El tratamiento de clientes y proveedores, incluso inversores.
5. Trámites ante autoridades de control y fiscalización.
6. La negociación de condiciones de compra, suministros, etc.
7. La prestación de mantenimientos y servicios posventa.
8. La colaboración entre empresas.

---

<sup>14</sup> Hocsman, Heriberto Simón. **Negocios en internet**. Pág. 4

El comercio electrónico es un sistema que incluye además de las transacciones compra venta de bienes y servicios para generar directamente utilidades, aquellas transacciones que brindan soporte a la generación de dichas utilidades, como, por ejemplo, el ofrecer soporte y servicio al consumidor; es decir, el comercio electrónico incluye tanto a las tareas que soportan la compra y venta de dichos bienes y servicios como a las interacciones entre ellas.

El comercio electrónico es el conjunto de aquellas transacciones comerciales y financieras realizadas a través del procesamiento y la transmisión de información, incluyendo texto, sonido e imagen. Dicha información puede ser el objeto principal de la transacción o un elemento conexo a ella.

El comercio electrónico son las transacciones comerciales que pueden hacer las empresas y los consumidores dependiendo de que tipo de comercio se trate de manera no física sino electrónica a través de un ordenador.

Por lo tanto, la definición de comercio electrónico no es una definición estática. Y ello se debe a que la tecnología, sus aplicaciones y capacidad cambian constantemente. Debido a estos cambios tecnológicos que diariamente se suscitan en la sociedad, y siendo su definición flexible debido a esto, se debe entender el comercio electrónico como la transacción comercial entre empresas o entre personas o entre ambos, de bienes, servicios o productos, de cualquier naturaleza, desarrollándose la misma por medios electrónicos, siendo el internet, en la actualidad, el medio más utilizado para realizar ésta actividad, aunque no es el único, ya que antes de la internet, se utilizaba el teléfono, el fax, entre otros.



### **3.2 Principios del comercio electrónico**

Los principios del comercio electrónico son los pilares fundamentales sobre los cuales se organiza, y contribuyen a crear derecho positivo sobre la materia; los principios que rigen al comercio electrónico, son los siguientes

#### **1. Equivalencia funcional**

La equivalencia funcional consiste en validar la función jurídica de los mensajes de datos electrónicos efectuados por el sujeto, como si fuera documentación escrita y autógrafa, y en especial, lo que respecta a las declaraciones de voluntad.

#### **2. Inalteración del derecho preexistente de obligaciones y contratos privados**

El segundo principio sobre el cual descansa el comercio electrónico, pretende que las normas preexistentes aplicables al derecho de obligaciones y a los contratos en particular, no sufran una significativa modificación al momento de aplicarlas a la contratación dentro del comercio electrónico, ya que su aplicación es una extensión del mismo derecho preexistente.

#### **3. Neutralidad tecnológica**

La neutralidad tecnológica, el comercio electrónico no está sujeto a los cambios recurrentes de la tecnología, ya que conforme el paso del tiempo, se va adaptando al nuevo software y demás medios electrónicos que constantemente aparecen en el mercado mundial; al contrario, los utiliza a su favor.

#### **4. Buena fe**

La buena fe es esencial dentro de toda la contratación privada, y en especial, dentro de la contratación electrónica como parte integrante de aquella, y consiste en la inalterabilidad del derecho preexistente de las obligaciones privadas, afianzando de esta manera la validez de los actos por medios electrónicos tanto nacionales como internacionales.

#### 5. Libertad contractual

La libertad contractual, ya que las partes tienen libertad para celebrar un contrato y estipular las condiciones bajo las cuales se obligarán, de común acuerdo; este principio es la base para los documentos físicos y escritos, como para los documentos celebrados por medio del entorno electrónico, en el cual muchas veces no existe documento físico.

#### 6. Libertad de pago

La libertad de pago, se refleja por ser un método sencillo y fácil de realizar, en la actualidad se hace uso de una moneda de curso legal físico, transferencia bancaria y tarjetas de crédito, sin embargo el comercio electrónico por ser de carácter global adopta formas de pago como el uso de criptomonedas y billeteras digitales, siendo métodos de pagos electrónicos legítimos para un grupo comercial selectivo.

#### 7. Libertad de expresión

La libertad de expresión, además de ser un derecho humano, es un principio jurídico sobre el cual descansa todo el ordenamiento jurídico de un Estado, y resulta igualmente importante dentro del ámbito electrónico, en especial en el Internet, por ser un espacio global de información y de ilimitado acceso.



## 8. Libertad de comercio

Con respecto al principio de la libertad de comercio, dentro del comercio en general, ha sido afirmado expresamente en numerosas disposiciones legales. La libertad implica la autorregulación de las partes y con ello una mínima intervención estatal, limitándose éste únicamente a lo necesario para el funcionamiento institucional del mercado.

Dentro del comercio electrónico, resulta igualmente aplicable en relación a las transacciones realizadas tanto nacionales como internacionales, así como con la sustentabilidad de las denominadas barreras arancelarias que pudieran disponerse.

## 9. Principio de no discriminación del medio digital

El principio de no discriminación del medio digital consiste en que el Estado debe ser neutral y no dictar normas que limiten la participación de algún sujeto por el sólo hecho de que no utilice un instrumento escrito. Ya que las partes son libres de adoptar entre ellas cualquier medio para realizar sus transacciones comerciales, ya sea el tradicional o electrónico; por lo que el Estado debe eliminar toda norma jurídica que imponga obstáculos basados en los requerimientos de forma escrita, ya que el derecho es dinámico, no estático, y evoluciona según sea necesario dentro de la sociedad.

## 10. Principio protectorio

Principio protectorio, o mejor dicho, el principio que protege a la parte más vulnerable de la relación comercial, es aplicado en diversos ordenamientos, y característico del sistema jurídico latinoamericano. En el ámbito de Internet se discute su aplicación, debido a las distancias económicas y sobre todo de índole cognoscitiva perduran y se acentúan en la



economía digital, lo que hace necesario mantener este esquema. Este principio tiene mayor incidencia en lo referente a la protección del consumidor.

#### 11. Mejora continua

El comercio electrónico es constantemente cambiante por el desarrollo y mejora tecnológica, generando nuevos métodos y técnicas de celebración de negocios y contratos comerciales en plataformas y dispositivos que buscan englobar y facilitar el acceso comercial en la sociedad.

#### 12. Protección a la privacidad

La protección de la privacidad de las partes, es junto con la libertad de expresión y la libertad de comercio, fundamental dentro del comercio electrónico. Con la protección a la privacidad, se garantiza que la esfera íntima de la persona, en la que la conducta del sujeto o su familia no influyen sobre los demás, sea impenetrable, resguardada de cualquier intromisión. Los ordenamientos jurídicos siempre tenderán hacia la protección de un ámbito de vida confortable, quedando un espacio íntimo no comunicable a los demás.

#### 13. Libertad de información y de autodeterminación

La libertad de información y de autodeterminación, vinculado estrechamente con el principio de privacidad, faculta al individuo a tener un mayor control sobre los datos suministrados para la creación de perfiles, ya sea para el ámbito privado o público, referentes a su vida privada, teniendo derecho a acceder a las fases de elaboración y uso de tales datos.

## 14. El carácter internacional

El carácter internacional que posee Internet, por ser una tecnología global, y debido a esto, muchas de las regulaciones al respecto del comercio electrónico están inspiradas en ese presupuesto. Por ejemplo, La Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre Comercio Electrónico y, en general, todas las normas jurídicas internas de cada Estado, que adoptan dicho modelo, recogen el principio que sus disposiciones deben ser interpretadas conforme al carácter internacional, con el fin de unificar criterios.

### 3.3 Tipos de comercio electrónico

De un lado, el denominado comercio directo que se produce en línea tanto la oferta y la aceptación, y consiste en la entrega en línea de bienes intangibles y el pago de los mismos; esto es, el que se refiere a los servicios prestados por medios electrónicos, como consultoría, información, enciclopedia en línea, actualizaciones y consultas de bases de datos, revistas electrónicas, programas informáticos, traducciones, audio, video, etc.

En el comercio electrónico directo, es habitual que el cliente obtenga una licencia de uso temporal o una versión limitada que, tras efectuar el pago, va a ser plenamente operativo. A su vez, desde la perspectiva de la recepción del bien o servicio por el contratante, el comercio electrónico directo admite 2 modalidades, dependiendo de que éste pueda efectuar la descarga del bien o servicio, o que el proveedor se lo remita directamente por vía electrónica.

Por otro lado, el llamado indirecto, se refiere cuando solamente la oferta y la aceptación se producen de manera electrónica, mientras que los bienes y servicios tangibles se



entregan por canales ordinarios; es decir, la contratación por vía electrónica de prestaciones que consisten en la entrega de bienes materiales o de servicios no prestados por medios electrónicos.

Esta vía puede ofrecer inicialmente mucha mayor confianza a los consumidores y usuarios, por ejemplo, utilizando el pago contra reembolso, pero limita enormemente las posibilidades del nuevo sistema implantado.

Los tipos de comercio electrónico directo e indirecto forma una categoría para poder diferenciar los sujetos interventores dentro de las negociaciones y actos comerciales, las cuales son

1. Consumidor y Usuario, Negociante y Consumidor

En esta categoría interviene una entidad negociante pudiendo ser una persona individual o jurídica ofreciendo servicios o productos directamente a los consumidores finales a través de sitios web o plataformas electrónicas, en la que interactúan para formalizar una negociación comercial.

2. Negociante con Negociante

Las personas jurídicas o individuales que ofrecen bienes o servicios a los consumidores finales, se comunican entre sí, para realizar transacciones comerciales electrónicas entre los mismos con el objeto de mejorar y desarrollar sus fines lucrativos a cambio de un interés personal, ofreciéndose softwares personalizados, servicios de consultoría y asesoría en el mercado electrónico.

3. Consumidor con Consumidor



Los consumidores interactúan comercialmente entre sí para hacer la venta de productos que no cumplieron los estándares de su necesidad y buscando el resarcimiento de gastos ofrecen productos a menor costo, como lo son las subastas, el intercambio de productos usados.

#### 4. Consumidor con Negociante

En esta categoría los consumidores ofrecen servicios a los negociantes siendo estas personas jurídicas o individuales con el objeto de apoyar al desarrollo comercial electrónico del negociante, haciendo uso de publicidad por popularidad.

#### 5. Comercio Social

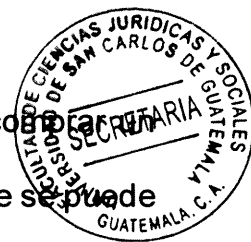
En esta categoría interactúan tanto negociantes como consumidores, con el objeto de hacer uso de plataformas sociales como lo es Facebook, Instagram, entre otras plataformas, para ofrecer bienes y servicios para lograr concretar negociaciones comerciales electrónicas a cambio de un interés lucrativo.

### 3.4 Elementos del comercio electrónico

Entre los más importantes están

#### 1. Producto o rango de productos que sean viables para venderse en internet

Caracterizado internet como la puerta abierta hacia el centro comercial más grande del mundo, en éste se encuentran todo tipo de productos y servicios para el consumidor. El consumidor puede escoger entre una variedad ilimitada de productos y servicios y puede seleccionar los que mejor se ajusten a sus requerimientos tanto de precio como de calidad.



Hoy en día se puede comprar y mandar un arreglo de flores tan fácil como comprar un boleto aéreo para viajar a cualquier parte del mundo. Ya no existe límite a lo que se puede adquirir, el límite lo establece el mismo consumidor.

## 2. Lugar para vender el producto

Lo fascinante del internet es que no necesita de un espacio físico para poderse llevar a cabo la compra-venta de un producto. El lugar para llevar a cabo la compra-venta de cualquier producto es dentro de un sitio web que despliega y muestra el producto.

Este sitio web puede contener desde unas pocas páginas donde se muestren fotografías y descripción del producto a adquirir, hasta una tienda virtual más sofisticada, la cual incluye un catálogo para productos y la facilidad de ordenar directamente utilizando canastas o carretillas de compras.

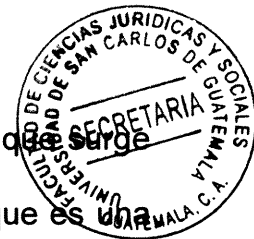
## 3. Nombre de dominio

Se entiende por nombre de dominio aquel que se utiliza para identificar el negocio o la tienda virtual, para conocer su ubicación dentro del World Wide Web.

## 4. Hardware y software

El hardware consiste en una computadora central llamada Web Server ó servidor de red y del equipo necesario para conectarse a Internet. El software consiste en las aplicaciones con las que se construyen las páginas Web, aplicaciones para implementar seguridad, validación de pagos digitales, procesamiento de órdenes y datos. Estos contienen una serie de codificaciones que

## 5. Mercadeo



El mercadeo es una forma de mostrar y dar a conocer un producto o servicio que surge para satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores. Es por esto que es una forma de conseguir que las personas o clientes potenciales visiten el sitio Web.

Los elementos esenciales descritos anteriormente sin los cuales el comercio electrónico no subsistiría son las herramientas tecnológicas, como el software y el hardware; otro elemento muy importante es la página de orden segura, por medio de la cual los usuarios pueden ingresar sus números de tarjeta de crédito, con la tranquilidad de que no serán defraudados en su patrimonio, y por último, que se tenga la garantía que el producto puede ser devuelto o puede ser asesorado el usuario sobre su funcionamiento.

### **3.5 Sujetos en el comercio electrónico**

1. El comerciante
2. El usuario final, cliente o visitante
3. El proveedor de contenidos y/o servicios

“El comerciante es aquella persona encargada de hacer llegar el producto o artículo al cliente o usuario final; el proveedor de contenidos y/o servicios es aquella persona encargada de ofrecer el soporte tecnológico necesario para permitir el enlace entre comerciante y cliente; finalmente el cliente es aquél que llevará a cabo la compra o adquisición del artículo o servicio publicado.”<sup>15</sup>

Los sujetos del comercio electrónico, son las partes intervinientes en las operaciones del comercio electrónico. Al respecto, aun cuando es cierto que en los entornos electrónicos

---

<sup>15</sup> Ibid. Pág. 288



intervienen multitud de operadores económicos, no todos ellos revisten el mismo interés desde la perspectiva contractual del comercio electrónico. En efecto, no todos los sujetos que intervienen lo hacen a título de parte contratante.

### **3.6 Utilización del comercio electrónico**

“Según el autor una de las formas más comunes utilizadas en el comercio electrónico es la compraventa vía electrónica, es decir, cuando el usuario se conecta a internet y decide adquirir un bien o servicio por primera vez, lo cual es una analogía de la compraventa en el mercado tradicional, por lo que se deben tomar las mismas medidas de seguridad.”<sup>16</sup>

Continúa exponiendo el autor que las fases o etapas de forma general a considerar son:

#### **1. Hacer un listado de compras**

Se debe tener presente que es lo que se quiere adquirir, que servicios se contrataran como bienes que se pretenden ofertar; es similar a realizar la lista de compras para ir al supermercado.

#### **2. Buscar lugares adecuados**

Equivalente a visitar sitios seguros, acudir a lugares que hubiera visitado antes o que un amigo le hubiera recomendado, hacer uso de programas secundarios que permiten analizar o estudiar antes los sitios web para disminuir el riesgo de visitar páginas inseguras. Evite lugares publicitados por medio de spam.

#### **3. Seleccionar el producto o servicio**

---

<sup>16</sup> Ibid. Pág. 290

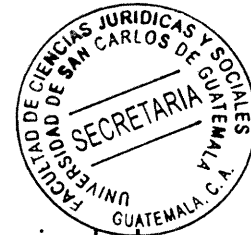
Se empieza navegando por el sitio utilizando la serie de menús que aparecen, al localizar el producto que se desea, es necesario revisar bien la descripción, precio, recargos, costo de traslado o envío, flete, aranceles y tributos, fecha de entrega; de preferencia es mejor comparar otros sitios. Después se seleccionan los productos que se desean y en la cantidad que se necesitan.

#### 4. Pagar la compra

En el comercio electrónico para realizar el pago en línea se deben llenar formularios electrónicos que se encuentran en cada sitio; también existe el caso en el que se debe de estar suscrito con anticipación. Una vez confirmada la compra, el sistema que brinda el servicio verificará en forma electrónica con el proveedor de la tarjeta de crédito y autorizará la compra. En otros sitios permiten pagos mediante criptomoneda o transferencia de créditos por cuentas internacionales, es recomendable ajustar un límite de crédito o debito para evitar que el proveedor del sitio web cobre mas de lo acordado en el pago electrónico.

#### 5. Recepción del producto adquirido

Si el bien es intangible lo recibirá inmediatamente de realizada la transacción. Si el producto es tangible o físico, por ejemplo, ropa, deberá ser entregado en las condiciones establecidas, por medio del correo convencional; si la compra fue local o nacional, una empresa de envíos lo remitirá. Si la compra fue en el extranjero se hará cargo el Courier que es un tercero interesado en la intermediación comercial para el transporte de los bienes adquiridos por comercio electrónico. Si la mercancía al ser recibida no se encuentra en las condiciones establecidas, deberá utilizar el procedimiento de reclamo



establecido en el sitio web donde las adquirió.

El comercio electrónico, según lo ya expuesto, se divide en varias clases, siendo la clasificación directa e indirecta, la que engloba tanto lo referente al comercio on-line, de objetos intangibles como de los objetos tangibles.

Además, el comercio electrónico es tan versátil, porque puede celebrarse entre empresas, entre personas, entre empresas y el Estado, entre empresas y personas, etc. Asimismo, los elementos esenciales de este tipo de comercio, indudablemente son el software y hardware del medio electrónico a utilizar, así como la página debidamente identificada a la cual se ingresa.

De igual manera, resulta evidente la existencia de sujetos entre los cuales se realizan las transacciones comerciales electrónicas, siendo el comerciante, el cliente y un proveedor de servicios tecnológicos.

Es preciso resaltar que el comercio electrónico puede no sólo utilizar internet, puede apoyarse también en el fax, la televisión, o cualquier otro medio tecnológico actual.

Sin embargo, tanto avance tecnológico trae aparejada la preocupación por la seguridad en el comercio cibernético, y ha sido preciso utilizar toda clase de protección tecnológica al alcance, como firewalls, encriptación, entre otros, en virtud de lo cual se han buscado alternativas viables que cumplan con aportar una seguridad real, dichas alternativas son la firma electrónica y las entidades certificadoras, los cuales se abordarán en el siguiente capítulo.

Para concluir el comercio electrónico es, la compra y venta de productos y servicios a



través del Internet. Con internet nos referimos a redes sociales, buscadores, páginas web y aplicaciones móviles o medios digitales. En otras palabras, se trata de un comercio electrónico que gestiona los cobros y pagos a través de medios electrónicos.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. Riesgos de compraventa de mercaderías celebradas en plataformas electrónicas que no garantizan la protección y los derechos comerciales en la república de Guatemala.**

A nivel mundial concurren Estados que han regulado lo relativo a nuevas tecnologías enfocadas al comercio, tal es el caso de la Unión Europea, Estados Unidos de América, Argentina, Chile, entre otros; por esa razón, al referirse al marco jurídico básico mínimo que debe constituir al comercio electrónico, no se hace alusión a una norma aislada que legisle sobre ese ámbito, sino que se utilice un conjunto de leyes preexistentes, conjuntamente con modelos internacionales específicos, para que surja una completa, adecuada e integral legislación en comercio electrónico.

De esta manera, como ya se había mencionado, para el autor que se ha citado, el concepto seguridad en el comercio electrónico también incluye la seguridad o certeza jurídica o legal.

Con ello las normas aseguran que muchos de los usuarios no sean estafados, proporcionando así la seguridad de realizar sus compras por este medio.

En la Ley de la Protección al Consumido y el Usuario en su artículo 107 establece “En el plazo de la vigencia de la presente Ley, el Congreso de la República deberá emitir la

disposición legal pertinente para que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor se convierta en procuraduría de la Defensa del Consumidor y el Usuario el incumplimiento de esta obligación provoca la falta de garantías al comercio electrónico que por costumbre se ha adoptado en el territorio guatemalteco, y a la falta de un órgano institucional autónomo capaz de velar por la seguridad, el control y el cumplimiento de la normativa vigente, es motivo por el cual el desarrollo económico social del territorio guatemalteco se estanca, ocasionando que personas con conocimiento en la materia se aproveche de la falta de un órgano y normas que regulen el comercio electrónico guatemalteco en las plataformas electrónicas existentes.

La falta de interés social a los temas comerciales electrónicos y la importancia que no se ha invertido para poder capacitar y velar por el cumplimiento de los derechos y garantías que a los guatemaltecos les corresponde como consumidores de bienes y servicios en el comercio electrónico, coadyuba a la falta de desarrollo normativo del comercio electrónico guatemalteco ocasionando la falta de protección comercial en plataformas electrónicas.

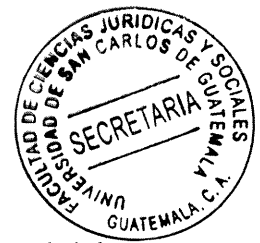
#### **4.1 Regulación de las actividades de comercio electrónico**

“Indica el autor que en relación a si se debe de regular el comercio electrónico manifiesta que no se trata de crear el comercio electrónico a través de una ley, lo que sería absolutamente imposible a la luz de que el mismo ya es una realidad.”<sup>17</sup>

Las legislaciones tienen que intervenir lo mínimo posible, con el sólo objeto de garantizar el crecimiento del comercio electrónico fundado en los principios de libertad económica y

---

<sup>17</sup> Ibid. Pág. 308



seguridad para los agentes participantes del mismo.

Una sobre regulación del comercio electrónico no sólo provocaría un grave perjuicio a éste, sino que también provocaría un perjuicio aún mayor al desarrollo de nuestros países, que por obstáculos legales sólo se limitarían a ser testigos presenciales de la revolución global que ha producido Internet.

De conformidad con lo ya mencionado anteriormente, queda claro que el comercio electrónico no es conveniente regularlo excesivamente, porque de esta manera se limitaría la circulación de riqueza, pero tampoco puede dejarse sin un marco jurídico básico dentro del cual, el Estado intervenga a través de normas mínimas que orienten a los comerciantes y, a su vez, los protejan en relación a las transacciones realizadas, ya que las mismas casi siempre se llevan a cabo internacionalmente.

“Para el autor el tema de seguridad, enfocado desde el punto de vista legal, consiste en legislar normas adecuadas adaptables al avance tecnológico, normas que brinden certeza a las partes involucradas.

Por supuesto que no solo se necesita de cuerpos legales que regulen la dinámica de las relaciones que se desarrollan en el comercio electrónico, sino que también deben de existir los mecanismos adecuados aplicables para proteger los derechos de las partes y, si se diera el caso, poder sujetar a las partes al cumplimiento de las obligaciones.”<sup>18</sup>

“Asimismo, estas normas legales no sólo deben regular el fenómeno informático adaptándolo a la realidad de cada Estado, armonizándolo lo más posible a la normativa

---

<sup>18</sup> Ibid. Pág. 309

internacional existente, sino que debe tomar en cuenta otros factores como el fomento al uso de la tecnología, proteger su desarrollo, la competencia a nivel internacional, las telecomunicaciones nacionales y extranjeras, por mencionar algunos.”<sup>19</sup>

#### **4.2 Órganos internacionales del comercio electrónico**

Existen órganos a nivel internacional que tratan de velar por la uniformidad del comercio a nivel mundial y, más recientemente, con los avances tecnológicos, lo están realizando en el campo electrónico, mediante la ratificación de tratados internacionales referentes a esta materia, por parte de los países miembros que desean armonizar su derecho interno; siendo uno de los organismo más importantes dentro del ámbito internacional la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional.

La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional fue establecida por la Asamblea General en 1966. La Asamblea General, al establecer la Comisión, reconoció que las discrepancias entre las legislaciones nacionales que regían el comercio internacional creaban obstáculos para el mismo, y consideró que, mediante la Comisión, las Naciones Unidas podría desempeñar un papel más activo en la reducción o en la eliminación de esos obstáculos, mediante la armonización y unificación normativa.

La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional da cumplimiento a su mandato mediante la coordinación y colaboración entre las organizaciones que realizan actividades de comercio; fomentando la participación en los convenios internacionales existentes por parte de los países que aún no son miembros; preparando nuevos convenios internacionales que estén en concordancia con el avance

---

<sup>19</sup> Ibid. Pág. 312

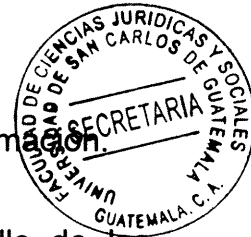
de los mercados globales; manteniendo vínculos estrechos con otros órganos de las Naciones Unidas y con otros órganos especializados, por mencionar algunos.

Por ser el comercio una dinámica económica, social y cultural que propicia el desarrollo de los Estados, La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional formula normas modernas, equitativas y armonizadas para regular las transacciones comerciales, siendo sus actividades principalmente las siguientes;

1. La elaboración de convenios, leyes modelo y normas en materia comercial, aplicables globalmente;
2. La presentación de información actualizada sobre jurisprudencia de Derecho Mercantil uniforme referente a los instrumentos y su incorporación al derecho interno;
3. La preparación de guías de incorporación jurídicas y legislativas, así como, la formulación de recomendaciones de gran valor práctico en materia comercial;
4. La implementación de seminarios a nivel regional y nacional sobre Derecho Mercantil uniforme, tanto para los Estados Miembros como para los que no forman parte de la Comisión; y
5. La prestación de asistencia técnica en proyectos de reforma de la legislación interna de cada Estado sobre la materia.

#### **4.3 Ley modelo de la comisión de las naciones unidas para el derecho mercantil internacional sobre comercio electrónico**

La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional aprobó el 12 de junio de 1996 la Ley Modelo sobre comercio electrónico, la cual tiene por objeto facilitar



la utilización de los medios de comunicación modernos y de archivo de la información.

Esta Ley Modelo cumple un cometido importante al servicio del desarrollo de las comunicaciones sin soporte de papel, ya que contiene reglas básicas unificadas para el comercio electrónico en determinados sectores de la vida comercial internacional.

La Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre Comercio Electrónico, se divide en

1. Primera parte

Comercio Electrónico General, del Artículo 1 al 15.

2. Segunda parte

Comercio Electrónico en materias Específicas, del Artículo 16 y 17.

3. E incluye al final la Guía para la incorporación al Derecho Interno de la Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre comercio electrónico

“En su Artículo 2 incisos de la a) a la f), la Ley Modelo la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, brinda una serie de definiciones para su mayor comprensión, a manera que resulte inequívoco su significado, siendo 6 los términos básicos que se encuentran contemplados en la misma:

1. Por mensaje de datos

Se entenderá la información generada, enviada, recibida o archivada o comunicada por medios electrónicos, óptica o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax

2. Por intercambio electrónico de datos.

Se entenderá la transmisión electrónica de información de una computadora a otra, estando estructurada la información conforme a alguna norma técnica convenida al efecto

3. Por iniciador de un mensaje de datos

Se entenderá toda persona que, a tenor del mensaje, haya actuado por su cuenta o en cuyo nombre se haya actuado para enviar o generar ese mensaje antes de ser archivado, si éste es el caso, pero que no haya actuado a título de intermediario con respecto a él

4. Por destinatario de un mensaje de dato

Se entenderá la persona designada por el iniciador para recibir el mensaje, pero que no esté actuando a título de intermediario con respecto a él;

5. Por intermediario en relación con un determinado mensaje de datos

Se entenderá toda persona que, actuando por cuenta de otra, envíe, reciba o archive dicho mensaje o preste algún otro servicio con respecto a él;

6. Por sistema de información

Se entenderá todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos.”

Por otra parte, el Artículo 5 y 9 de la Ley Modelo la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional son importantísimos, ya que reconocen el valor jurídico, fuerza probatoria y obligacional de los mensajes de datos transmitidos por medios electrónicos, debiendo tener presente la fiabilidad de la forma en que se haya generado,

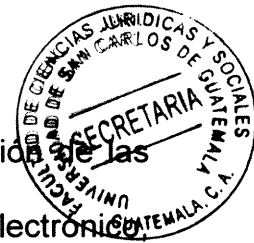
almacenado o comunicado el mismo.

Con respecto a la firma de una persona, cuando sea requisito establecido por la ley, el mismo quedará cumplido si se utiliza un método confiable para identificar a la persona y por medio del cual también aprueba la información que contiene el mensaje, siendo en este caso, la firma electrónica registrada junto con el certificado de una entidad certificadora las herramientas idóneas para satisfacer dicho requisito. Lo anteriormente expuesto se encuentra en el artículo 7 de la Ley Modelo la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional.

#### **4.4 Legislación de Guatemala en relación al comercio electrónico**

Debido a los progresos tecnológicos y al uso de medios electrónicos de comunicación a nivel mundial, y que cada vez más personas los conocían y utilizaban, Guatemala, se vio en la necesidad de integrarse a la comunidad de Estados que ya contaban con legislación referente al comercio electrónico, además de ser Estado miembro de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, por lo que el Congreso de la República redactó un proyecto de ley, que estuviera en armonía con las demás legislaciones internacionales sobre la materia, tomando como base a la Ley Modelo la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre comercio electrónico, aplicando la guía para su incorporación a la normativa ordinaria.

Por lo que el Congreso de la República de Guatemala aprobó el decreto número 47-2008, Ley Para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, la cual fue publicada en el Diario Oficial el 23 de septiembre del 2008; ley que actualmente se encuentra vigente.



La referida ley guatemalteca, se fundamenta en la Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre el Comercio Electrónico, con el objeto de lograr la unificación de criterios internacionales sobre la materia, objetivo que impone la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, a todos los nuevos países que quieran incursionar en el campo de la informática aplicada al comercio, debido a que, como ya anteriormente se expresó, las transacciones casi siempre se realizan en el ámbito internacional.

El Decreto número 47-2008, surge como una oportunidad de incluir a Guatemala dentro del comercio internacional, debido a la masificación del intercambio electrónico de información, fue necesario empezar a normar dichas transacciones, en virtud que la población guatemalteca las utilizaba como otro mecanismo para agenciarse de bienes y servicios para su consumo, lográndose que el Estado les brindara una protección real al desarrollo económico y social de sus intereses.

Resulta evidente que el Congreso de la República de Guatemala no sólo se dedicó a transcribir la Ley Modelo sino que, además agregó un apartado que no se encuentra dentro de la normativa internacional, reflejando que era necesario regular internamente lo referente a la firma electrónica y los prestadores de servicios de certificación, en especial para la integración de las leyes ordinarias con respecto a la admisibilidad y fuerza probatoria de las comunicaciones electrónicas en toda actuación administrativa, judicial o privada.

El Congreso de la República en febrero del 2022 presenta una Iniciativa de Ley para Promover y Facilitar el Comercio Electrónico Transfronterizo que tiene como objeto poder regular el comercio electrónico y poder llegar a tener un control tributario en todos los

bienes y servicios celebrados, esto promueve una reforma a las leyes tributarias del comercio electrónico que facilita el negocio jurídico cuyo desarrollo y contratación implica la utilización de plataformas electrónicas entre proveedores y consumidores de bienes y servicios prestados desde el territorio nacional guatemalteco al extranjero, para poder cumplir un marco jurídico legal y poder tener un control de comercio electrónico transfronterizo, corregir deficiencias a las leyes actuales que regulan el comercio electrónico nacional y adquirir una certeza jurídica entre las pequeñas y medianas empresas. Esta iniciativa de ley se encuentra actualmente en lectura por el pleno del Congreso de la República y si esta fuese aprobada, aportaría un parte a la seguridad y certeza jurídica en el comercio electrónico guatemalteco.

#### **4.5 Objetivos y fines de la ley de reconocimiento de las comunicaciones y firmas electrónicas**

Con respecto a los objetivos o fines que busca la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, se puede establecer que los principales son los siguientes

1. El marco legal y técnico que adopta el país para el desarrollo del comercio electrónico es compatible con el que ya existe en otros países, con la intención de armonizar la legislación interna con la internacional ya existente;
2. La ley permite y facilita el empleo del comercio electrónico y concede igualdad de trato a los usuarios de mensajes electrónicos que, a los usuarios de la documentación con soporte en papel, con lo cual se promueve la economía y la eficiencia del comercio internacional;
3. La normativa fomenta la homogeneidad en las comunicaciones y la actividad

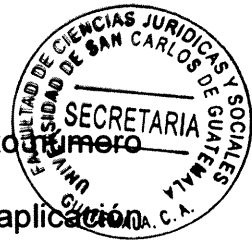
empresarial por redes abiertas, por ejemplo, Internet, con las del mundo, desarrollando nuevas actividades económicas vinculadas con el comercio electrónico y facilitando el libre uso y prestación de servicios relacionados con la firma electrónica.

Por aparte, dentro del ámbito de aplicación del Decreto número 47-2008, se encuentra todo tipo de comunicación electrónica, transacción o acto jurídico, sea público, privado, nacional o internacional; lo anterior se encuentra estipulado en el Artículo 1 de la misma.

De igual manera, regula una materia específica de comercio electrónico, siendo los actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías y la documentación soporte de dichos actos, en el Artículo 31 del cuerpo legal referido.

#### **4.6 Diferencia entre la ley modelo y la ley de firmas electrónicas**

1. La primera diferencia, se desprende que, la Ley Modelo se aplica a todo tipo de información en forma de mensajes de datos; mientras que el Decreto número 47-2008, se emplea sobre todo tipo de comunicación electrónica, transacción o acto jurídico; considerando que los legisladores guatemaltecos sí supieron delimitar su aplicación, puntualizando los objetos sobre los que recae.
2. La Ley Modelo únicamente se limita a definir 6 términos básicos, sin definir propiamente lo que se entiende por comercio electrónico; mientras que el Decreto número 47-2008, define 19 términos electrónicos, entre los cuales se encuentra ésta, resultando inequívoco su significado.
3. Ley Modelo circunscribe su aplicación a cualquier transmisión de datos electrónicamente, sea o no contractual, es decir, enmarcando su aplicación



principalmente al ámbito comercial y/o mercantil; mientras que el Decreto número 47-2008, no se limita únicamente a éstas materias, ya que su ámbito de aplicación puede ser a todo tipo de comunicación, transacción o acto jurídico, público o privado, entendiéndose que puede tener efectos dentro de las distintas ramas del derecho, como por ejemplo: laboral, administrativo, civil, por mencionar algunas.

4. La Ley Modelo regula la firma electrónica, solamente refiriéndose a que, si utiliza un método fiable, será válida; mientras que el Decreto número 47-2008, regula disposiciones complementarias de la firma electrónica avanzada y las entidades prestadoras de servicios de certificación.
5. Dentro del Decreto número 47-2008, expresamente se reconocen los efectos jurídicos que producen los certificados y las firmas electrónicas extranjeras dentro del territorio de la República de Guatemala.
6. Como un punto innovador de la legislación guatemalteca en materia de comercio electrónico, se crea por medio de la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, el Registro de Prestadores de Servicios de Certificación, el cual está adscrito al Ministerio de Economía, cuya función primordial es la de autorizar la actividad de las entidades prestadoras de servicios de certificación que operen en Guatemala.
7. El Decreto número 47-2008, también impone 5 sanciones a las sociedades de certificación, como protección al debido proceso y al derecho de defensa, por vulnerar los intereses de las partes afectadas por las faltas cometidas por esas entidades, siendo la amonestación, las multas, la suspensión de actividades, la prohibición de prestar sus servicios de certificación o revocar definitivamente la autorización respectiva.



Con el Decreto Número 47-2008, Guatemala llenó un vacío legal existente, debido a que las transacciones comerciales de bienes y servicios por medios electrónicos carecían de protección legal expresa, debiendo los juzgadores de interpretar las normas preexistentes de manera extensiva; actualmente la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas establece que se aplicará sin perjuicio de las leyes en materia de protección al consumidor.

En conclusión, la seguridad jurídica y tecnológica en el comercio electrónico se apoya en mecanismos técnicos y jurídicos universalmente aceptados, como lo son las normas internacionales elaboradas por Organismos Internacionales especializados en la materia, conjuntamente con los dispositivos de seguridad electrónicos, entre ellos, la firma electrónica, con el objeto de facilitar la fluidez de las transacciones comerciales electrónicas y los mensajes de datos, de una manera confidencial, auténtica, válida e íntegra.



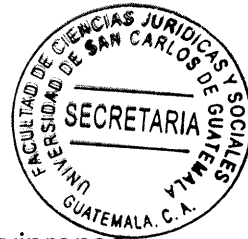
## CONCLUSION DISCURSIVA

Los riesgos de compraventa de mercaderías en plataformas electrónicas que no garantizan la protección de los derechos comerciales afectan de manera directa al consumidor al no haber normas que regulen contratos electrónicos comerciales y de los negocios jurídicos celebrados de forma digital que evite vulnerabilidad a los derechos comerciales digitales, dentro del territorio guatemalteco.

La falta de una entidad centralizada de negociaciones jurídicas elaboradas en plataformas electrónicas que velen por actos comerciales transparentes, registro de negociaciones jurídicas celebradas en plataformas electrónica siendo nacionales como internacionales y la inexistencia de una autoridad supervisora de las mismas ocasiona inseguridad en materia económica, social y falta de desarrollo electrónico dentro del territorio guatemalteco, dándose fraudes y estafas comerciales de manera masiva violando derechos y obligaciones de los consumidores y poniendo en riesgo la privacidad e información digital.

En consecuencia, es fundamental que los consumidores tomen consciencia de los riesgos al realizar compraventas en plataformas electrónicas para proteger sus derechos y garantizar el comercio licito. Asimismo, es importante que se promueva la implementación de regulaciones claras y efectivas que protejan los derechos de los consumidores en el entorno digital; como capacitar a la población mediante estudios actualizados de los derechos que ellos gozan y como pueden ser vulnerados al ser partícipes de negocios jurídicos electrónicos no transparentes y sin las garantías que los protegen.





## BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR GUERRA, Vladimir Osman. **El negocio jurídico**. Guatemala, Ed. Serviprensa, S.A., 2004. 4ª ed.

BARRIOS OSORIO, Omar Ricardo. **Derecho e informática, aspectos fundamentales**. Guatemala, 2006. 3ª ed.

CABANELLAS Guillermo. **Diccionario enciclopédico de derecho usual**. 14ª ed. Ed. Heliasta, Buenos Aires, Argentina, 1998.

MANTILLA MOLINA, Roberto, **Derecho Mercantil**, Vigésimo Novena ed. México, Ed. Porrúa, 1996

ORDUÑA MORENO, Francisco Javier, y otros. **Contratación y Comercio Electrónico**. España, Ed. Tirant Lo Blanch, 2003.

VÁSQUEZ MARTÍNEZ Edmundo, **Instituciones del Derecho Mercantil**, Tercera Ed., IUS, Guatemala 2012

VILLEGAS LARA, Rene Arturo, **Derecho Mercantil Guatemalteco, Tomo I**, Sexta ed., Guatemala, Ed. Universitaria, 2004

### Legislación:

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

**Código de Comercio**. Decreto número 2-70 del Congreso de la República de Guatemala.

**Ley modelo de la comisión de las naciones unidas para el derecho mercantil internacional sobre comercio electrónico**.

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