

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

**SOCIEDADES MERCANTILES DE CARTERA COMO FORMA DE OCULTAR LOS
MONOPOLIOS Y LOS OLIGOPOLIOS EN GUATEMALA**

EXON YOAU SALAZAR SAMAYOA

GUATEMALA, FEBRERO DE 2024

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

**SOCIEDADES MERCANTILES DE CARTERA COMO FORMA DE OCULTAR LOS
MONOPOLIOS Y LOS OLIGOPOLIOS EN GUATEMALA**

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva

de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

EXON YOAU SALAZAR SAMAYOA

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: Lic. Wilfredo Eliú Ramos Leonor

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

Primera Fase:

Presidenta: Licda. Damaris Gemali Castellanos Navas
Vocal: Lic. Roberto Bautista
Secretaria: Licda. Rosalyn Amalia Valiente Villatoro

Segunda Fase:

Presidente: Lic. Carlos Alejandro Osoy Castellano
Vocal: Licda. Iris Raquel Mejía Carranza
Secretario: Lic. Héctor Javier Pozuelos López

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



Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Unidad de Asesoría de Tesis. Ciudad de Guatemala,
15 de octubre 2021.

Atentamente pase al (a) Profesional, **ROSARIO GIL PÉREZ** para que proceda a asesorar el trabajo de tesis del (a) estudiante, con carné 201601555 intitulado: **SOCIEDADES MERCANTILES DE CARTERA COMO FORMA DE OCULTAR LOS MONOPOLIOS Y LOS OLIGOPOLIOS EN GUATEMALA.**

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

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

Adjunto encontrará el plan de tesis respectivo.

CARLOS EBERTITO HERRERA RECINOS

Jefe (a) de la Unidad de Asesoría de Tesis



SAQO

Fecha de recepción 15 / 10 / 2021 (f) Rosario Gil Pérez
Asesor(a)
(Firma y sello)

Lic. ROSARIO GIL PÉREZ
Abogado y Notario



Licda. Rosario Gil Perez
Abogada y Notaria
Colegiada 3058



Guatemala 25 de octubre del año 2021

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

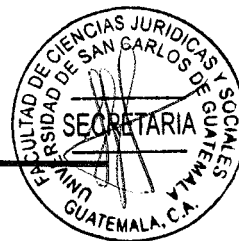


Distinguido Doctor Herrera:

Según nombramiento recaído en mi persona de fecha quince de octubre del año dos mil veintiuno, asesoré la tesis del alumno **EXON YOAU SALAZAR SAMAYOA**, con carné estudiantil **201601555** quien desarrolló el trabajo de tesis que se denomina: **“SOCIEDADES MERCANTILES DE CARTERA COMO FORMA DE OCULTAR LOS MONOPOLIOS Y LOS OLIGOPOLIOS EN GUATEMALA”**, le doy a conocer:

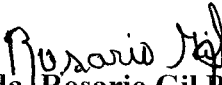
- a) La tesis determina un contenido científico y técnico, que señala con bastante claridad un estudio de la importancia del control que debe tener el estado de Guatemala ante las acciones mercantiles.
- b) El sustentante desarrolló ampliamente los capítulos de su tesis, empleando distintos métodos y técnicas de investigación y para el efecto se basó en bibliografía de actualidad y en la normativa vigente en la sociedad guatemalteca, habiendo sido utilizada la siguiente metodología: método inductivo, indicó lo fundamental de la problemática suscitada por la ocultación de empresas que funcionan como monopolios y oligopolios
- c) Las técnicas de investigación utilizadas durante el desarrollo de la tesis fueron la documental y fichas bibliográficas, las cuales fueron bastante útiles para la recolección de documentos bibliográficos de actualidad que se relacionan con el tema que se investigó.
- d) El sustentante se encargó de redactar su trabajo de tesis bajo los lineamientos estipulados y de conformidad con las anotaciones, modificaciones y sugerencias, para concluir en un informe final con aseveraciones certeras y valederas que permitieron redactar con un vocabulario acorde la definición de una introducción, desarrollo de capítulos, conclusión discursiva, redacción y citas bibliográficas.
- e) Las correcciones indicadas se realizaron durante la asesoría de la tesis y permitieron determinar los objetivos generales y específicos de la misma. También, la hipótesis que se presentó y formuló fue comprobada al dar a conocer los fundamentos jurídicos que informan la necesidad de atender la problemática del uso de sociedades como carteras de empresas para disfrazar los monopolios y oligopolios

Licda. Rosario Gil Pérez
Abogada y Notaria
Colegiada 3058



La tesis reúne los requisitos legales del Artículo 31 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, por lo cual emito **DICTAMEN FAVORABLE**, para que pueda continuar con el trámite correspondiente, para evaluarse posteriormente por el Tribunal Examinador en el Examen Público de Tesis, previo a optar al grado académico de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales.

Muy atentamente,


Licda. Rosario Gil Pérez
Asesora de Tesis
Colegiada 3058

Lic. ROSARIO GIL PÉREZ
Abogado y Notario



USAC
TRICENTENARIA

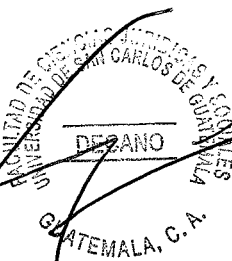
Universidad de San Carlos de Guatemala



Decanatura de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Ciudad de Guatemala, ocho de febrero de dos mil veinticuatro.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del trabajo de tesis del estudiante EXON YOAU SALAZAR SAMAYOA, titulado SOCIEDADES MERCANTILES DE CARTERA COMO FORMA DE OCULTAR LOS MONOPOLIOS Y LOS OLIGOPOLIOS EN GUATEMALA. Artículos: 31, 33 y 34 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.

CEHR/AFCV



DEDICATORIA



A DIOS:

Porque en su inmensa misericordia me permitió convertir un sueño en realidad otorgándome salud, energía, perseverancia, sabiduría y paciencia para poder culminar una de las etapas más importantes de mi vida.

A MIS PADRES:

Tránsito de Jesús Salazar Solorzano y Eleodora Carmelita Samayoa López, por ser las personas que me guiaron y orientaron siempre por el camino del bien, por todos sus sacrificios y desvelos, sus consejos los llevaré en mi mente y mi corazón por siempre.

A MIS HERMANOS:

Manglori, Melina, Betzabé, Darwin, en especial a Andy por su apoyo, consejos, confianza y por ser un ejemplo para seguir.

A MI PAREJA:

Delmi Gabriela. Por su comprensión, por su entereza, por su humildad, por su sencillez, por su resistencia a todas las pruebas afrontadas en este largo camino, por ser siempre ese pilar y sostén en los momentos difíciles a lo largo de este camino, por preocuparse por mí en todo momento y contribuir en mi desarrollo profesional, pero ante todo por su apoyo incondicional.

A MIS CUÑADAS:

Jacqueline, Julissa y Mónica con mucho cariño.



A MIS HIJAS:

Valeska, Pamela y Andrea por ser las personas que me infunden aliento a seguir adelante y poder superarme para poder ser el ejemplo que necesitan.

A:

José Luis Ayala y Anabella Tello por su apoyo ilimitado, a mis amigos y compañeros de estudio del Campus Central y sección Antigua con los cuales compartí innumerables experiencias que atesoraré por siempre en mi corazón; y a mi mejor amigo de toda la vida Víctor Manuel Gómez Martínez a quien quiero como a un hermano.

A:

Los Licenciados Edgar Armino Castillo y la Licenciada Elisa Castillo con mucho cariño y aprecio por su sacrificio, dedicación y comprensión en mi formación profesional, La Licenciada Celma Raquel Sáenz Barrios por darme la oportunidad de superarme laboral y profesionalmente y a los Licenciados Gerson Fabricio Melgar y Jurandir Dilman Vásquez Velásquez por apoyarme y motivarme siempre a alcanzar mis metas.

A:

Mis docentes de la Sección Antigua, en especial al Licenciado Héctor Pedroza por compartir sus conocimientos siempre con entusiasmo. La Universidad de San Carlos de Guatemala y a La Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales por haberme dado la formación profesional.



PRESENTACIÓN

El tema se eligió para determinar la necesidad que existe de regular las sociedades mercantiles que hacen función de cartera apoderándose de las acciones de las compañías dedicadas a la prestación de un servicio o venta de un producto interconectándolas para así poder controlar una gran parte o la totalidad del mercado afectando de manera negativa la competencia por que esta deja de ser justa.

Las sociedades de cartera son las compañías que se dedican a la adquisición de acciones y valores de otras empresas sin participación directa dentro de sus operaciones pueden ser útiles como diversificadores de capital para la obtención de ingresos pasivos a través de los dividendos por la posesión de tal acción sin embargo estas normalmente son utilizadas con fines más oscuros o para la evasión directa de las regulaciones que combaten los monopolios y oligopolios.

Las sociedades mercantiles de cartera no están reguladas dentro de la ley guatemalteca porque no conforman una figura apropiada para la justa competencia sin embargo son muy comunes dentro de la práctica y estas son aquellas que se encargan de adquirir las acciones de la mayor parte de compañías de un mismo producto. Esto con el fin de controlar y dirigir el mercado creando así un monopolio e imponiendo los precios que a su conveniencia deseen

La investigación toma lugar y fecha en la ciudad de Guatemala en el departamento de Guatemala durante el año 2022 y el trabajo investigativo es desarrollado en la rama del derecho mercantil buscando una solución a la problemática económica de la estabilización de monopolios y oligopolios por medio de las sociedades de cartera ya que esto afecta tanto la libertad de empresa, la responsabilidad patrimonial y la buena fe comercial los cuales son principios rectores del derecho mercantil.

HIPÓTESIS



El Estado de Guatemala, debido a la falta de eficacia en su sistema de control para prevenir la formación de monopolios y oligopolios, ha posibilitado que las sociedades mercantiles sean utilizadas como sociedades de cartera dentro del territorio nacional, eludiendo de esta manera las regulaciones que prohíben tales prácticas. Esto ha propiciado la creación de monopolios y oligopolios, lo que incide negativamente en la economía del país, contraviniendo los principios de buena fe comercial, responsabilidad patrimonial y libertad de empresa y competencia.



COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

El estudio llevado a cabo en la ciudad de Guatemala durante el año 2022 corrobora la hipótesis planteada al evidenciar la utilización inapropiada y opaca de las sociedades conocidas como sociedades de cartera, las cuales son responsables directas de la cooptación de determinados mercados y facilitan el establecimiento de estructuras de monopolio y oligopolio en el ámbito comercial del país. Para la elaboración de este informe investigativo, se emplearon los métodos analítico, deductivo e inductivo, así como técnicas bibliográficas y documentales para la recopilación de información que reveló la presencia de figuras de monopolio y oligopolio en el comercio guatemalteco a través de las sociedades de cartera. Por tanto, resulta imperativa la implementación de nueva normativa que regule esta práctica irregular.

ÍNDICE

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

CAPÍTULO I

1. Derecho mercantil o comercial.....	1
1.1. Conceptualización.....	2
1.2. Objeto, objetivo y finalidad del derecho mercantil.....	4
1.3. Escuelas del derecho mercantil.....	6
1.4. Antecedentes.....	9
1.5. Interdisciplinariedad del derecho mercantil.....	10

CAPÍTULO II

2. Sociedades mercantiles.....	17
2.1. Personalidad jurídica.....	18
2.2. Capital y patrimonio social.....	21
2.3. Finalidad social.....	22
2.4. Clasificación.....	24
2.5. Las sociedades mercantiles en el comercio.....	31

CAPÍTULO III

3. Monopolios y oligopolios.....	33
3.1. Clasificación.....	35
3.2. Estructuras del mercado.....	37
3.3. Impacto comercial.....	42
3.4. Efectos sociales.....	43

CAPÍTULO IV

4. Sociedades mercantiles de cartera como forma de ocultar los monopolios y oligopolios en Guatemala.....	47
4.1. Sociedad mercantil de cartera.....	51
4.2. Antecedentes, definición y características de la competencia económica..	53
4.3. Teorías de la competencia económica.....	57
4.4. Posición de dominio y factores que lo determinan.....	60
4.5. Sociedades mercantiles de cartera como forma de ocultar los monopolios y oligopolios en Guatemala.....	63
CONCLUSIÓN DISCURSIVA.....	65
BIBLIOGRAFÍA.....	67

INTRODUCCIÓN

El propósito de esta investigación consiste en analizar el uso de las sociedades mercantiles de cartera y su conexión directa con la formación de monopolios y oligopolios, identificando las implicaciones que esto conlleva en los mercados, con el fin de proponer una solución regulatoria que modifique la legislación actual y así mitigar los efectos adversos que ya se observan en términos de competencia y bienestar del consumidor.

Durante el proceso de investigación se evaluó el impacto de este mecanismo tanto en la competencia como en la percepción de la población, particularmente de los consumidores, quienes son los más afectados por el aumento de los precios. Por lo tanto, se estableció como objetivo la revisión y análisis de las leyes antimonopolio con el fin de determinar la relación entre las sociedades de cartera y la formación de monopolios, con el propósito de proponer una regulación que pueda mitigar los efectos negativos que estas prácticas han tenido en la economía.

Los monopolios se caracterizan por la situación en la que una única empresa ejerce el control absoluto sobre todo el suministro de un servicio o bien específico. Esta posición dominante otorga a la empresa la capacidad de manipular y ajustar tanto la oferta como la demanda según sus intereses, lo que le permite controlar los precios. Por otro lado, los oligopolios se definen como pequeños grupos de empresas que, ya sea a través de alianzas estratégicas o por pertenecer a un mismo conglomerado empresarial, actúan en su propio beneficio, ejerciendo control sobre la oferta y la demanda y teniendo la capacidad de elevar los precios de manera similar a los monopolios.

Un aspecto fundamental de las sociedades de cartera es su capacidad para adquirir participaciones accionarias o, en su caso, para ejercer el control sobre otras empresas. Estas entidades se centran en poseer o gestionar los activos de otras sociedades. También son conocidas como "holding trusts", y se constituyen con el propósito de

obtener el control de otras empresas mediante la adquisición de sus acciones, con el fin de obtener la mayoría de los votos en su poder. Además de la adquisición de acciones, estas sociedades pueden también adquirir propiedades, fábricas, negocios, y otros activos.

La relación entre las sociedades de cartera y los monopolios surge de su integración para obtener el control de una actividad económica desde su etapa de producción de materia prima hasta su comercialización o industrialización. Esta modalidad societaria ha ganado considerable relevancia en la actualidad debido a que, a pesar de que múltiples empresas operan bajo el control de una sola sociedad de cartera, mantienen su individualidad y un cierto grado de autonomía. Estas sociedades representan una forma hábil de influir en los intereses de la industria de manera encubierta, lo que puede derivar fácilmente en una forma simulada de monopolio en un sector determinado. Es importante destacar que esta práctica no está actualmente regulada, por lo que resulta imperativo implementar mecanismos que refuercen las leyes antimonopolio existentes para evitar el desequilibrio económico y proteger la competencia en casos donde un producto o servicio esté controlado por una sociedad de cartera

El tema se desarrolla en cuatro capítulos los cuales contienen plasmada la problemática existente como sus orígenes, su desarrollo y las posibles medidas a tomar para que no se vea más afectada la economía del país. El primer capítulo corresponde al derecho mercantil sus definiciones, características y principios, así como las instituciones y la legislación correspondiente. El segundo capítulo explica las sociedades mercantiles, sus definiciones y sus generalidades. El tercer capítulo desarrolla el tema de los monopolios y oligopolios, así como su definición y las causas que lo desarrollan, su estructura, las teorías del monopolio y los tipos de oligopolio que existen. El cuarto capítulo desarrolla a las sociedades de cartera como las responsables de ocultar los monopolios y los oligopolios dentro del comercio guatemalteco y las posibles medidas a tomar en cuenta para revertir la descompensación que esta le ha generado al mercado y a los valores.

CAPÍTULO I

1. Derecho mercantil o comercial

El cuerpo normativo del derecho mercantil, en calidad de disciplina jurídica, ha ejercido históricamente la función primordial de reglamentar las interacciones comerciales entre individuos. Su origen se remonta al primitivo intercambio de bienes mediante el trueque, experimentando una evolución con la implementación del papel moneda como medio de transacción más generalizado con miras a asegurar la seguridad en las operaciones comerciales. A pesar de su innegable carácter revolucionario, el papel moneda no alcanzó una estandarización inmediata, presentando un contraste notorio con la uniformidad actual en su utilización.

“Desde una perspectiva doctrinaria, el derecho mercantil se establece como un entramado normativo dinámico y adaptable, moldeado por la evolución constante de las relaciones comerciales”.¹ La carencia de un punto preciso en su origen y la ausencia de momentos definidos en su evolución se explican a través de la continua transformación de dichas relaciones en su afán de alcanzar agilidad, eficiencia, lucratividad y asertividad en el ámbito económico. La doctrina mercantil reconoce la dinámica fluctuante de la oferta y la demanda como un impulsor determinante en un mercado que perpetuamente se encuentra en la búsqueda de soluciones innovadoras.

¹ Cárdenas Vásquez, Mario. **Derecho mercantil**. Pág. 32.

La evolución constante del derecho mercantil, desde una perspectiva doctrinaria, se manifiesta en su naturaleza poco formalista, dejando muchas de sus figuras a discreción de los principios fundamentales de la disciplina, estableciéndolos únicamente como directrices para la conducción de las relaciones comerciales. La presencia notable de contratos atípicos en el ámbito mercantil, desde la óptica doctrinaria, evidencia esta característica de flexibilidad y adaptabilidad.

El enfoque doctrinario también arroja luz sobre la influencia determinante de la globalización en el derecho mercantil, marcando un hito de relevancia. Aunque plantea desafíos para economías de menor escala, impulsa el comercio internacional y la expansión más allá de las fronteras nacionales. Este cambio paradigmático ha propiciado el desarrollo del derecho internacional mercantil, según la doctrina, encargado de regular las relaciones comerciales que trascienden las fronteras estatales, incluso abarcando continentes.

1.1. Conceptualización

El derecho mercantil, en su calidad de disciplina jurídica, ha sido objeto de diversas conceptualizaciones por parte de destacados juristas, lo cual refleja la complejidad y amplitud que caracteriza a esta rama legal. “En su esencia, se manifiesta como un cuerpo normativo que dictamina las pautas reguladoras de las relaciones comerciales y

empresariales, con el propósito de instituir un marco jurídico que resguarde los intereses de los comerciantes y estimule la eficiencia en el ámbito empresarial”.²

Desde la perspectiva de Savigny, el enfoque se orienta hacia la actividad empresarial, resaltando la imperante necesidad de estructurar las interacciones derivadas de esta actividad económica.

La autonomía inherente al derecho mercantil, según la observación de Puig Peña, se manifiesta mediante su naturaleza independiente, sustentada en principios y criterios propios que lo diferencian de otras ramas del derecho.

La contribución de Von Thur introduce la noción de un sistema legal especializado que se ocupa de manera específica del comercio y las transacciones comerciales, dotándolo de principios particulares para su efectiva regulación. La perspectiva de Rocco destaca la función económica del derecho mercantil al facilitar la circulación de bienes y servicios, enfatizando su papel esencial en el desarrollo económico.

Desde una perspectiva alternativa, Garrigues resalta que el derecho mercantil trasciende su función reguladora convencional al fomentar la eficiencia y agilidad en las relaciones comerciales, adaptándose a las dinámicas cambiantes del entorno empresarial. En resumen, el derecho mercantil se configura como un sistema jurídico especializado que norma las actividades comerciales y empresariales, garantizando la salvaguardia de los

² Garrigues, Joaquín. **Tratado de derecho mercantil**. Pág. 73.

intereses de los comerciantes, propiciando la eficiencia y ajustándose continuamente a las demandas mutables del entorno empresarial.

1.2. Objeto, objetivo y finalidad del derecho mercantil

En el ámbito jurídico que configura las complejidades inherentes a las relaciones comerciales y empresariales, “el Derecho Mercantil surge como un faro orientador, delineando las normas que rigen la dinámica transaccional en el entorno empresarial. Esta disciplina jurídica, meticulosamente entrelazada, tiene como núcleo la regulación de las relaciones jurídicas derivadas de las actividades comerciales, abarcando desde la concepción y ejecución de contratos hasta la estructura y funcionamiento de sociedades mercantiles”.³

En esta exploración detallada de los fundamentos del Derecho Mercantil, nos adentraremos en la complejidad inherente a su objeto, los objetivos estratégicos que dirigen su aplicación, y la finalidad última que busca contribuir al desarrollo y eficiencia de la actividad económica. Este análisis se propone desentrañar el papel esencial de esta rama jurídica, no solo como entidad reguladora, sino también como un catalizador indispensable para el progreso económico en un entorno empresarial constantemente evolutivo. A continuación, detallamos el objeto, objetivo y finalidad del derecho mercantil:

³ Gómez Méndez, Rocío. **Sociedades mercantiles**. Pág. 134.

- a) Objeto: El objeto del derecho mercantil, en su esencia profundamente compleja, se focaliza en la regulación de las relaciones jurídicas derivadas de las actividades comerciales y empresariales. Esta rama del derecho aborda una variedad de asuntos, desde la creación y ejecución de contratos comerciales hasta la estructura y operación de sociedades mercantiles, abarcando aspectos esenciales de la vida empresarial.
- b) Objetivo: Respecto a los objetivos del derecho mercantil, su enfoque estratégico y multidimensional se manifiesta con la finalidad primordial de establecer un marco normativo que proporcione certeza jurídica en las transacciones comerciales. Este entramado normativo busca asegurar la validez, eficacia y equidad en la ejecución de los contratos, al mismo tiempo que promueve la competencia leal y previene prácticas comerciales desleales. Además, se propone resguardar los derechos de todas las partes involucradas, desde empresarios hasta consumidores y acreedores, con el propósito de mantener un equilibrio justo en las relaciones comerciales.
- c) Finalidad: La finalidad última del derecho mercantil reside en contribuir al desarrollo y funcionamiento eficiente de la actividad económica, promoviendo la creación y el crecimiento sostenible de empresas. Paralelamente, busca preservar la estabilidad y equidad en el sistema comercial, generando un ambiente propicio para la inversión y la innovación. En consecuencia, la finalidad del derecho mercantil va más allá de

la mera regulación, aspirando a ser un catalizador esencial para el progreso económico en el contexto de relaciones comerciales complejas y dinámicas.

1.3. Escuelas del derecho mercantil

Las escuelas del derecho mercantil engloban diversas corrientes teóricas que, en conjunto, configuran una pluralidad de enfoques para la comprensión de esta disciplina jurídica. Cada una de estas escuelas aporta una visión singular y especializada, desempeñando un papel significativo en la interpretación y evolución del derecho mercantil. En este contexto, dichas corrientes teóricas no solo diversifican el análisis de las relaciones comerciales y empresariales, sino que también enriquecen el diálogo académico y práctico en relación con los principios y normativas que regulan esta esfera legal. Desde la escuela histórica hasta la crítica, estas corrientes representan una diversidad de perspectivas que abordan la complejidad intrínseca y la dinámica inherente al ámbito mercantil.

- a) **Escuela Histórica del Derecho Mercantil:** La escuela histórica del derecho mercantil se constituye como una corriente analítica que enfoca su atención en el desarrollo evolutivo de dicho ordenamiento jurídico a lo largo del tiempo. Este enfoque implica una investigación meticulosa acerca de la manera en que las normas mercantiles han sido plasmadas por prácticas comerciales antiguas, adaptándose a las transformaciones socioeconómicas. Al abordar la evolución histórica, esta escuela busca discernir la influencia de las dinámicas comerciales antiguas en las normativas contemporáneas, erigiéndose como un marco contextual que contempla

las complejidades históricas y sociales que han dado conformación al derecho mercantil.

- b) Escuela de la Experiencia en el Derecho Mercantil: La escuela de la experiencia en el derecho mercantil distingue su perspectiva por medio de la observación directa y la práctica tangible de las transacciones comerciales y empresariales. Su aportación resulta crucial al apreciar la capacidad de adaptación del derecho mercantil en respuesta a las necesidades y desafíos surgidos de experiencias reales en el ámbito empresarial. Al abogar por una regulación que refleje la realidad práctica de los comerciantes, esta escuela subraya la importancia de extraer lecciones de la experiencia concreta en el ámbito empresarial, proporcionando así un fundamento robusto y pragmático para la normativa mercantil.
- c) Escuela de la Teoría de la Empresa en el Derecho Mercantil: La escuela de la teoría de la empresa en el derecho mercantil se sumerge en la conceptualización de la empresa como entidad económica y aboga por su regulación integral. Su enfoque busca ofrecer una visión holística de la actividad empresarial, considerando su impacto en la sociedad y la economía en su conjunto. Al resaltar la necesidad de comprender y regular la empresa en su totalidad, esta escuela proporciona una perspectiva más global y sistémica al derecho mercantil, reconociendo la complejidad inherente de la actividad empresarial.

- d) Escuela del Acto de Comercio en el Derecho Mercantil: La escuela del acto de comercio se caracteriza por su énfasis en la identificación y clasificación de los actos que constituyen operaciones comerciales. Su propuesta implica una definición específica del derecho mercantil basada en acciones concretas, buscando establecer límites precisos sobre las actividades que deben considerarse dentro de su ámbito de aplicación. Esta aproximación tiene como objetivo proporcionar claridad y precisión normativa al derecho mercantil, facilitando así la interpretación y aplicación de las normas comerciales.
- e) Escuela Crítica del Derecho Mercantil: La escuela crítica del derecho mercantil, influenciada por enfoques críticos, plantea cuestionamientos profundos sobre la estructura y fundamentos del sistema desde una perspectiva social y económica. Su contribución radica en la revisión crítica del derecho mercantil para asegurar que promueva la equidad y justicia económica. Al indagar en cómo las normas pueden favorecer ciertos intereses y perpetuar desigualdades, esta escuela busca transformar el sistema mercantil hacia uno más equitativo y ético, desafiando las estructuras establecidas para lograr una regulación más justa y consciente. Cada una de estas escuelas, con sus enfoques distintivos, contribuye a un entendimiento comprehensivo y adaptado del derecho mercantil, proporcionando herramientas conceptuales diversas para abordar los desafíos y complejidades del mundo comercial.

1.4. Antecedentes

La evolución histórica del derecho mercantil, desde sus primitivos cimientos en las formas arcaicas de intercambio comercial hasta su conformación actual en Guatemala, constituye un recorrido jurídico cautivador y complejo. “En sus primeras etapas, el comercio se sustentaba en prácticas rudimentarias como el trueque, donde individuos intercambiaban bienes directamente para satisfacer sus necesidades básicas. Con la evolución de las sociedades, surgieron nuevas modalidades de regulación, generando la imperante necesidad de una disciplina jurídica que reglamentara estas relaciones comerciales”.⁴

El derecho mercantil, en su esencia, emergió como respuesta a la creciente sofisticación de las transacciones comerciales. En las antiguas civilizaciones, como la romana, se instauraron incipientes normativas que delineaban las bases del comercio, sentando los fundamentos para el ulterior desarrollo de esta rama legal. En la Edad Media, las corporaciones de comerciantes desempeñaron un papel crucial en la formulación de reglas y prácticas comerciales, sentando las premisas para la creación de instituciones que garantizaran la seguridad y eficiencia de estas actividades económicas.

Con el Renacimiento, el comercio se expandió aún más, y las naciones europeas emprendieron la elaboración de sistemas legales más complejos para regular las crecientes y complejas relaciones comerciales. En el siglo XIX, la Revolución Industrial

⁴ Barreda Marcellet, José María. Manual de **derecho mercantil**. Pág. 92.

marcó un cambio radical en la naturaleza del comercio, provocando la necesidad de leyes mercantiles más sofisticadas y adaptadas a las nuevas realidades económicas.

En la actualidad, Guatemala, al igual que otras naciones, ha integrado el derecho mercantil como parte fundamental de su sistema legal. La globalización y la interconexión económica han precipitado una continua evolución de estas normativas, ajustándose a las complejidades del comercio internacional. El Código de Comercio guatemalteco, promulgado en 1902, ha experimentado modificaciones para alinearse con las cambiantes demandas del entorno empresarial, asegurando un marco legal sólido para las transacciones comerciales. El derecho mercantil guatemalteco se erige como un componente dinámico y esencial en la regulación de las actividades económicas, manifestando su evolución a lo largo de la historia y su capacidad de adaptación a los desafíos contemporáneos.

1.5. Interdisciplinariedad del derecho mercantil

El entrelazamiento jurídico que une al derecho mercantil con otras ramas legales revela una trama compleja de relaciones interdependientes. En el contexto de un escrutinio meticuloso, se abordará la exploración de las conexiones fundamentales entre el derecho mercantil y diversas disciplinas jurídicas, desentrañando la interacción mutua y las influencias recíprocas en el intricado entramado normativo que regula las actividades comerciales.

Desde los fundamentos contractuales del derecho civil hasta la supervisión penal de las transgresiones económicas, cada disciplina se entrelaza de manera intrínseca con el derecho mercantil, proporcionando un marco integral para la comprensión de la complejidad y la interrelación de estas áreas jurídicas en el ámbito empresarial. Este enfoque analítico pondrá de manifiesto no solo las sinergias beneficiosas, sino también los posibles conflictos y desafíos inherentes a esta red legal interdisciplinaria. En continuación se describe la relación de cada disciplina conectada con el derecho mercantil:

Derecho Civil: La inherente conexión entre el derecho mercantil y el derecho civil se manifiesta en la conexión esencial para dirimir asuntos contractuales y de responsabilidad civil. La convergencia de ambas disciplinas se torna imperativa en situaciones en las que las actividades comerciales generan eventos que requieren un análisis integral de las obligaciones contractuales y extracontractuales. La aplicación armónica de estas ramas se revela como esencial para asegurar una resolución justa y equitativa en escenarios en los cuales la diferenciación entre las esferas comerciales y civiles se desdibuja. El examen detallado de esta relación implica analizar minuciosamente la naturaleza específica de las transacciones comerciales que conllevan obligaciones, estableciendo de este modo un puente conceptual y normativo entre el derecho mercantil y el derecho civil.

Derecho Societario: En el entramado de normativas jurídicas que rige el ámbito mercantil y societario, se observa una manifestación precisa en la reglamentación detallada concerniente a la creación, estructura y disolución de sociedades mercantiles. Esta interconexión se intensifica al abordar aspectos financieros, fusiones y adquisiciones,

donde ambas disciplinas entrelazan sus fundamentos. La exploración profunda de esta conexión implica analizar cómo el derecho societario no solo establece el marco legal para la existencia de entidades comerciales, sino que también configura las dinámicas financieras y de gobierno corporativo. La relación dinámica entre estas vertientes jurídicas se evidencia en el contexto de las operaciones empresariales complejas, resaltando su interdependencia y complementariedad en la regulación de las entidades comerciales.

Derecho Internacional Privado: En la esfera internacional, la interrelación entre el derecho mercantil y el derecho internacional privado adquiere una dimensión estratégica de máxima relevancia. La normativa que regula los contratos comerciales transfronterizos demanda una escrupulosa consideración de la ley aplicable y la resolución de conflictos jurisdiccionales. El análisis exhaustivo de esta conexión implica examinar de qué manera estas disciplinas colaboran de manera sinérgica para proporcionar certeza y coherencia en transacciones que superan las barreras nacionales. La imperiosa necesidad de la armonización de normas y principios se magnifica, y la investigación profunda debe desentrañar los desafíos y oportunidades inherentes a esta compleja intersección, destacando la trascendental importancia de una aplicación efectiva y coherente de la ley en un entorno globalizado.

Derecho Laboral: La interacción entre el derecho mercantil y el derecho laboral surge en las relaciones laborales dentro del entorno empresarial. El examen meticuloso de esta relación implica analizar cómo estas disciplinas se entrelazan de manera sinérgica para regular contratos de trabajo y condiciones laborales en empresas comerciales. La garantía

de derechos y equidad en el ámbito laboral se erige como un objetivo compartido entre ambas ramas del derecho. El análisis profundo debe adentrarse en cómo el derecho mercantil se ajusta a las necesidades y demandas del derecho laboral, y viceversa, creando así un equilibrio que resguarde tanto los intereses comerciales como los derechos de los trabajadores.

Derecho Fiscal: La conexión entre el derecho mercantil y el derecho fiscal se manifiesta en la regulación de los impuestos sobre actividades comerciales y transacciones empresariales. Ambas disciplinas colaboran estrechamente para establecer normativas que armonicen la carga fiscal y fomenten la legalidad en las prácticas tributarias. El análisis pormenorizado de esta conexión implica examinar cómo estas disciplinas se entrelazan para asegurar que la tributación en el ámbito empresarial sea equitativa y conforme a los principios fiscales. La investigación debe adentrarse en las complejidades de la planificación fiscal empresarial y en cómo se sincroniza con los objetivos más amplios del sistema tributario.

Derecho de la Competencia: La compleja relación entre el derecho mercantil y el derecho de la competencia se configura como una piedra angular en la regulación de prácticas comerciales justas y la prevención de la competencia desleal. Ambas disciplinas colaboran estrechamente con el propósito de asegurar un mercado no solo competitivo, sino también equitativo. El análisis profundo debe desentrañar con meticulosidad cómo estas disciplinas interactúan de manera sinérgica para prevenir la formación y explotación de monopolios u oligopolios, subrayando la importancia trascendental de mantener la competencia como un

pilar fundamental del sistema comercial. El examen minucioso, permeado de la necesaria meticulosidad, debe considerar con perspicacia cómo se aplican las normas de competencia en contextos comerciales específicos, evaluando no solo su eficacia inmediata, sino también su adaptabilidad a las cambiantes dinámicas del mercado en constante evolución.

Derecho Administrativo: La conexión entre el derecho mercantil y el derecho administrativo se plasma de manera tangible en el proceso de obtención de licencias y autorizaciones comerciales. La rigurosa conformidad con las complejas regulaciones administrativas no solo se presenta como una condición esencial para la operación legal de empresas comerciales, sino que también constituye un punto de convergencia ineludible entre ambas disciplinas. El análisis exhaustivo debe adentrarse meticulosamente en la profunda influencia del derecho administrativo en las operaciones comerciales, desentrañando cómo estas, a su vez, se ajustan con precisión a las exigencias normativas y burocráticas. La interrelación entre ambas disciplinas puede revelar tensiones inherentemente desafiantes, así como sinergias potenciales que requieren una atención detallada. En este sentido, el análisis profundo debe explorar con agudeza cómo se logra equilibrar la necesidad imperante de regulación administrativa con la imprescindible eficiencia y agilidad demandadas en el siempre cambiante entorno empresarial.

Derecho Penal Económico: La intersección sofisticada entre el derecho mercantil y el derecho penal económico surge como un componente de suma relevancia en la regulación de casos de fraude comercial y delitos intrínsecos a las actividades comerciales. La

colaboración estrecha entre ambas disciplinas se despliega con el objetivo primordial de prevenir y sancionar con rigor conductas delictivas que permeen el ámbito empresarial. El análisis exhaustivo debe sumergirse meticulosamente en la complementariedad de estas disciplinas, delineando cómo garantizan de manera sinérgica la integridad del sistema comercial. La evaluación de la efectividad de las medidas penales en la prevención y persecución de delitos económicos constituye un elemento central en este estudio profundo. La interacción entre ambas disciplinas, reveladora de desafíos y oportunidades, demanda una atención detallada, especialmente en la aplicación de sanciones penales en el contexto comercial de alta complejidad.



CAPÍTULO II

2. Sociedades mercantiles

La concepción jurídica de las sociedades mercantiles implica un arraigado sentido de colaboración y asociación en el ámbito empresarial. En el ámbito mercantil, esta designación conlleva la institución de entidades legales de carácter complejo que persiguen la consecución de objetivos comerciales compartidos.

Desde una perspectiva jurídica, las sociedades mercantiles encarnan una modalidad específica de organización empresarial. Estas corporaciones, constituidas por la asociación voluntaria de dos o más individuos, tienen como finalidad la realización de actividades económicas con miras a la obtención de beneficios. La normativa jurídica que rige a estas sociedades aborda aspectos cruciales, tales como la constitución de la entidad, sus operaciones cotidianas y los procedimientos para su disolución. Cada tipología de sociedad ya sea anónima, de responsabilidad limitada u otra, está sujeta a un marco jurídico particular que delineará sus características y responsabilidades.

Los antecedentes históricos de las sociedades mercantiles remontan sus orígenes a las civilizaciones comerciales primigenias, en las cuales los comerciantes se asociaban con el propósito de llevar a cabo transacciones a gran escala y mitigar los riesgos individuales. A lo largo del devenir histórico, estas formas colaborativas han experimentado una evolución en respuesta a las complejidades del comercio medieval y las exigencias de las

corporaciones gremiales. Este proceso histórico ha culminado en estructuras empresariales más sofisticadas y adaptadas a los desafíos mutables de la actividad comercial.

La etimología jurídica de "sociedad" adquiere mayor profundidad al considerar la "societas" romana como el fundamento conceptual primordial de las sociedades mercantiles contemporáneas. La asociación voluntaria y la consecución de objetivos económicos compartidos son elementos fundamentales, y su reconocimiento legal ha evolucionado para reflejar la diversidad de estructuras y modalidades empresariales existentes en la actualidad.

2.1. Personalidad jurídica

“La personalidad jurídica de las sociedades mercantiles se establece como un elemento esencial en el entramado legal que norma la actividad empresarial. Este atributo constituye un distintivo que confiere a la entidad una entidad jurídica autónoma e independiente de sus fundadores”.⁵ La presente indagación implica la descomposición meticulosa de diversos elementos intrincados que delimitan y configuran la personalidad jurídica de dichas entidades. El artículo 14 del Código de comercio contempla la personalidad jurídica de las sociedades mercantiles y establece lo siguiente: “La sociedad mercantil constituida de acuerdo a las disposiciones de este Código e inscrita en el Registro Mercantil, tendrá personalidad jurídica propia y distinta de la de los socios individualmente considerados.

⁵ Alonso Ureba, Alberto. **Derecho de sociedades: casos prácticos**. Pág. 167.

Para la constitución de sociedades, la persona o personas que comparezcan como fundadores, deberán hacerlo por sí o en representación de otro, debiendo en este caso, acreditar tal calidad en la forma legal. Queda prohibida la comparecencia como gestor de negocios.”

En una primera instancia, la concepción de personalidad jurídica implica que la sociedad mercantil se constituye como un sujeto autónomo, dotado de derechos y obligaciones independientes de sus accionistas o socios. Este atributo confiere a la entidad la facultad de realizar actos jurídicos, adquirir bienes, contraer obligaciones y participar en procesos judiciales, presentándose como una entidad jurídica autónoma. La distinción entre la entidad y sus miembros constituye un elemento fundamental en la teoría de la personalidad jurídica.

El procedimiento de atribución de personalidad jurídica a una sociedad involucra su registro formal, generalmente ante una entidad competente, y la emisión de documentos constitutivos que delinean su estructura, funcionamiento y objetivos. Este acto formal otorga a la entidad una existencia legal independiente, desligada de las personas físicas que la componen. Importa destacar que dicha separación no exonera a los miembros de responsabilidades legales, si bien limita dicha responsabilidad al monto de su aporte al capital social.

La personalidad jurídica conlleva asimismo la continuidad y estabilidad de la entidad, independientemente de modificaciones en la composición de sus accionistas o directivos.

La sociedad mercantil, al detentar personalidad jurídica, perdura más allá de la vida de sus fundadores, facilitando una continuidad operativa propicia para la gestión a largo plazo y el establecimiento de relaciones comerciales sostenibles.

No obstante, esta capacidad de actuación independiente no exime a la sociedad mercantil de la responsabilidad legal inherente a sus acciones. En situaciones de incumplimiento, fraude o negligencia, la entidad puede verse sometida a sanciones legales. Adicionalmente, la doctrina de la "levante del velo corporativo" posibilita que, en determinadas circunstancias, los tribunales desestimen la separación entre la entidad y sus miembros, imputándoles directamente responsabilidades.

La personalidad jurídica de las sociedades mercantiles, aunque brinda una serie de beneficios y ventajas, plantea igualmente retos y dilemas éticos. El equilibrio entre la autonomía de la entidad y la salvaguarda de los intereses de sus miembros y terceros resulta imperativo.

En este contexto, la legislación y jurisprudencia han de evolucionar para abordar problemáticas emergentes y asegurar un ejercicio ético y responsable de la personalidad jurídica en el ámbito empresarial. En síntesis, la personalidad jurídica de las sociedades mercantiles constituye un concepto intrincado y polifacético que demanda un escrutinio minucioso y una reflexión profunda sobre sus ramificaciones legales y éticas.

2.2. Capital y patrimonio social

El capital social y el patrimonio social en el campo jurídico de las sociedades mercantiles ostentan una importancia significativa en la configuración y regulación de estas entidades. Desde un enfoque legal, el capital social, expresado en acciones o cuotas de participación, no solo refleja la inversión inaugural de los socios o accionistas, sino que también sirve como un mecanismo para restringir su responsabilidad financiera al monto de su contribución. Este principio, identificado como la limitación de responsabilidad, representa un pilar esencial en la teoría de las sociedades de capital, como las sociedades anónimas o de responsabilidad limitada.

“La constitución de la sociedad implica la formalización del capital social mediante documentos legales, como estatutos o pactos sociales, que establecen las condiciones y los derechos vinculados con la posesión de acciones”.⁶ Los órganos de dirección y administración de la sociedad, como la junta de accionistas o el consejo de administración, asumen la responsabilidad de proteger los intereses de los accionistas y asegurar una gestión eficiente del capital social.

En lo concerniente al patrimonio social, su examen legal engloba la totalidad de los activos y pasivos de la sociedad, incluido el capital social. La normativa legal impone la obligación de mantener registros precisos y transparentes del patrimonio social, lo cual es esencial para cumplir con requisitos contables y fiscales. Además, las leyes comerciales

⁶ Arana García, Esteban. **Concentraciones empresariales y competencia en la Unión Europea**. Pág. 9.

generalmente establecen restricciones y regulaciones en relación con la distribución de utilidades y la protección del patrimonio social ante eventos que puedan amenazar su estabilidad financiera.

En circunstancias particulares, como transformaciones, fusiones o disoluciones, la legislación establece procedimientos y requisitos específicos que afectan directamente al capital social y al patrimonio social de la sociedad. Las decisiones vinculadas con aumentos de capital, reducciones de capital, o la emisión de nuevos valores, por ejemplo, deben ajustarse a las disposiciones legales vigentes.

En resumen, tanto el capital social como el patrimonio social, en el ámbito jurídico, están intrínsecamente ligados a la estructura y operación de las sociedades mercantiles. La normativa legal establece un marco que regula la creación, gestión y modificaciones de estos elementos financieros, asegurando la protección de los intereses de los accionistas y la integridad financiera de la entidad en cumplimiento de los principios legales establecidos.

2.3. Finalidad social

“La finalidad social de las sociedades comerciales no es simplemente un aspecto formal de su existencia, sino un principio fundamental que impregna su estructura y operación. Este componente jurídico no solo delinea los objetivos económicos, sino que también

establece las bases para una conducta empresarial ética y socialmente responsable. La comprensión y el respeto de la finalidad social son esenciales para la buena gobernanza y el cumplimiento de los deberes y obligaciones legales que estas entidades asumen en el marco jurídico y empresarial.

El propósito social de las sociedades comerciales es un elemento crucial en el marco legal que gobierna estas entidades empresariales. Este principio, inherente a su naturaleza, establece la meta y la razón de ser de dichas sociedades, guiando su orientación hacia la consecución de objetivos económicos y comerciales.

Desde un punto de vista legal, el propósito social se presenta como la meta fundamental para la cual la sociedad comercial ha sido establecida, y su definición se refleja en documentos jurídicos fundacionales, como estatutos y pactos sociales. Estos instrumentos normativos detallan con precisión los objetivos específicos que la entidad busca alcanzar en el ámbito empresarial, delineando las actividades comerciales o industriales que la sociedad tiene la autorización para emprender.

Aunque la finalidad social generalmente se centra en la obtención de beneficios económicos, va más allá de una simple búsqueda de rentabilidad. Incluye también el cumplimiento de responsabilidades sociales y éticas, mostrando el compromiso de la sociedad mercantil con prácticas comerciales sostenibles y el respeto a las normas legales y regulatorias aplicables. Así, la finalidad social engloba la idea de un ente empresarial

⁷ Núñez Martínez, Miguel Ángel. Manual de **derecho mercantil**. Pág. 81.

que, al buscar maximizar sus beneficios, lo hace en armonía con los principios de responsabilidad corporativa y desarrollo sostenible.

Es esencial destacar que la finalidad social no es estática; puede evolucionar y adaptarse en respuesta a cambios en el entorno empresarial, demandas del mercado o modificaciones en la percepción social sobre el papel de las empresas en la sociedad. La capacidad de las sociedades mercantiles para ajustar su finalidad social refleja la necesidad de flexibilidad y adaptabilidad en un mundo empresarial dinámico y en constante transformación.

Adicionalmente, la finalidad social impacta en la toma de decisiones de los órganos de gobierno y administración de la sociedad. Estos deben considerar la consecución de los objetivos económicos y comerciales, así como la alineación con los valores y principios que rigen la finalidad social. La gestión estratégica de la sociedad debe ser coherente con esta finalidad, equilibrando la búsqueda de beneficios con el respeto a las normativas legales y los compromisos éticos.

2.4. Clasificación

“La categorización legal de sociedades reviste importancia primordial en el ámbito empresarial, al definir las diversas estructuras jurídicas disponibles para las entidades comerciales. Dichas modalidades determinan aspectos cruciales como la responsabilidad

de los socios, la administración y la transmisión de acciones”.⁸ En el presente discurso nos adentraremos en un análisis detenido de diversas tipologías, tales como la sociedad colectiva, la sociedad de responsabilidad limitada, la sociedad en comandita simple, la sociedad anónima, la sociedad en comandita por acciones y la sociedad de emprendimiento. Cada una de estas configuraciones exhibe particularidades que se adecuan a diversas necesidades y metas empresariales. A continuación, procederemos a esclarecer minuciosamente las singularidades inherentes a cada modalidad de sociedad, con el propósito de proporcionar una comprensión integral de sus elementos constitutivos y su funcionalidad.

- a) **Sociedad Colectiva:** La sociedad colectiva se configura como una entidad empresarial colaborativa y estrechamente vinculada, en la cual dos o más individuos, denominados socios colectivos, se asocian con el propósito de llevar a cabo una actividad comercial bajo una denominación social común. Este modelo empresarial propicia la toma de decisiones conjunta y la participación activa de todos los socios en la gestión de la empresa. Se destaca por la presencia de responsabilidad ilimitada y solidaria de los socios, conllevando la compartición integral de las obligaciones y deudas comerciales. Aunque esta estructura implica ciertos riesgos personales, también favorece una mayor flexibilidad y agilidad en la toma de decisiones, facilitando la rápida adaptación a cambios en el entorno empresarial.

⁸ Rodríguez, Ignacio. **Compendio de sociedades mercantiles**. Pág. 30.

- b) Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL): La sociedad de responsabilidad limitada se erige como una entidad comercial que amalgama la flexibilidad en la gestión y la estructura organizativa con la salvaguarda de los patrimonios personales de los socios. En este formato, los socios ostentan responsabilidad limitada al capital aportado, lo que implica que sus activos personales no se encuentran completamente expuestos a las deudas empresariales. Esta característica hace que la SRL resulte atractiva para aquellos emprendedores que buscan atraer inversionistas sin asumir riesgos excesivos. La gestión más adaptable permite una pronta adaptación a las dinámicas del mercado y facilita la toma de decisiones eficientes.
- c) Sociedad en Comandita Simple: La sociedad en comandita simple presenta una interesante combinación de responsabilidades dentro de la asociación empresarial. Coexisten dos categorías de socios: los comanditados, que asumen responsabilidad ilimitada y solidaria, de manera similar a la sociedad colectiva; y los comanditarios, cuya responsabilidad se limita al capital aportado. Esta estructura dual posibilita una colaboración donde algunos socios pueden participar activamente en la gestión, asumiendo riesgos significativos, mientras que otros pueden contribuir financieramente sin exponer completamente sus patrimonios personales. Esta flexibilidad en los roles fomenta la participación de inversionistas con diversos perfiles y apetitos de riesgo.

- d) **Sociedad Anónima:** La sociedad anónima se presenta como una forma avanzada y altamente estructurada de entidad empresarial, cuyas acciones son transferibles y negociables en el mercado. Los accionistas, al poseer acciones, se convierten en propietarios de la empresa, participando en las decisiones mediante la elección de un consejo de administración. La responsabilidad de los accionistas se limita al capital invertido, facilitando así la participación de inversores externos. La emisión de acciones proporciona una fuente versátil de financiamiento y la posibilidad de diluir el riesgo mediante la distribución de la propiedad entre múltiples accionistas.

- e) **Sociedad en Comandita por Acciones:** La sociedad en comandita por acciones fusiona la estructura de la comandita simple con características propias de la sociedad anónima. La asociación se divide en dos categorías de socios: los comanditados, con responsabilidad ilimitada; y los comanditarios, cuya responsabilidad se limita a la cantidad de acciones que poseen. La transferencia de acciones es viable, proporcionando flexibilidad y participación de inversores en la gestión. Esta estructura permite atraer inversores con distintos perfiles, manteniendo al mismo tiempo una clara separación de roles y responsabilidades.

- f) **Sociedad de Emprendimiento:** La sociedad de emprendimiento, a pesar de sus variaciones según la jurisdicción, se concibe como una entidad empresarial diseñada para facilitar la creación y desarrollo eficiente de nuevas empresas. Este tipo de sociedad busca establecer un marco legal y estructural que promueva la

innovación y la colaboración entre emprendedores. Proporciona ventajas y simplificaciones en términos legales y administrativos para impulsar el crecimiento de nuevas iniciativas empresariales. La clave radica en crear un entorno propicio para la creatividad, la experimentación y la colaboración, eliminando obstáculos burocráticos y facilitando la rápida implementación de proyectos emprendedores.

Además de la clasificación legal, una clasificación adicional relevante de sociedades es la económica, que se fundamenta en la manera en que se distribuyen los beneficios y las responsabilidades entre los socios. Otra clasificación crucial es la estructura de responsabilidad, que diferencia entre sociedades de responsabilidad limitada, ilimitada y otras variantes según la magnitud de la responsabilidad de los socios frente a las deudas y obligaciones de la empresa. En continuación se exponen todas estas otras relevantes clasificaciones atribuidas a las sociedades presentes en el derecho mercantil:

- a) **Sociedades Personalistas:** Las sociedades personalistas se destacan por su enfoque en los individuos que las integran. En este modelo, la relación entre los socios y la gestión empresarial adquiere una importancia crucial. La toma de decisiones se caracteriza por ser colaborativa, fundada en la confianza y la participación de los socios en la dirección del negocio. La responsabilidad, ya sea ilimitada o limitada, está estrechamente vinculada a la participación y al compromiso personal de los socios en el desarrollo y éxito de la empresa.

- b) **Sociedades Capitalistas:** En oposición a las sociedades personalistas, las sociedades capitalistas resaltan el capital como elemento central. En este modelo, la toma de decisiones puede inclinarse más hacia los intereses financieros y la maximización de beneficios. La responsabilidad de los socios se limita a su aportación de capital, disociando en gran medida el riesgo personal de las deudas empresariales. Esta estructura facilita la atracción de inversores externos y la búsqueda de rendimientos financieros.

- c) **Sociedades Intermedias:** Las sociedades intermedias procuran balancear los aspectos personalistas y capitalistas. En este esquema, se aprecia tanto la participación de los socios en la gestión como la relevancia del capital aportado. La toma de decisiones puede ser colaborativa, pero la responsabilidad se restringe al capital en juego. Esta estructura proporciona flexibilidad para ajustarse a diversos perfiles de socios y metas comerciales, buscando un punto medio entre la relación personal y los intereses financieros.

- d) **Sociedades de Responsabilidad Ilimitada:** Las sociedades de responsabilidad ilimitada se caracterizan por la exposición completa de los socios ante las deudas y obligaciones de la empresa. Cada socio adquiere una responsabilidad ilimitada y solidaria, comprometiendo sus patrimonios personales. Este modelo, a pesar de conllevar riesgos significativos, promueve una colaboración estrecha y una conexión personal más profunda en la gestión y dirección empresarial.



- e) **Sociedades de Responsabilidad Limitada:** Por otro lado, las sociedades de responsabilidad limitada brindan una protección ampliada a los patrimonios individuales de los socios. La responsabilidad queda limitada al capital invertido, posibilitando la participación de los socios en la empresa sin comprometer totalmente sus recursos personales. Este enfoque resulta atractivo para quienes buscan una administración más adaptable y la captación de inversores externos.

- f) **Sociedades de Responsabilidad Mixta:** Las sociedades de responsabilidad mixta fusionan aspectos de responsabilidad ilimitada y limitada. En este formato, ciertos socios aceptan responsabilidad de manera ilimitada, mientras que otros cuentan con una responsabilidad restringida al capital invertido. Esta configuración proporciona una mezcla de implicación personal y resguardo financiero, permitiendo la participación de algunos socios y atrayendo a inversores externos.

- g) **Sociedades Accionadas:** Las sociedades accionadas se caracterizan por la emisión y transmisión de acciones que representan la propiedad de la empresa. Los accionistas contribuyen a las decisiones mediante votos proporcionales a sus acciones. Este enfoque, frecuente en sociedades anónimas, simplifica la entrada y salida de inversores, fomentando la liquidez de los títulos y la diversificación de la propiedad.

- h) Sociedades No Accionadas: En contraposición a las sociedades accionadas, las sociedades no accionadas no emiten ni transfieren acciones de manera negociable en el mercado. La propiedad y la administración están más conectadas a la participación directa de los socios en función de su contribución y acuerdo interno. Este enfoque favorece estructuras más sólidas y relaciones a largo plazo entre los socios.

2.5. Las sociedades mercantiles en el comercio

“Las sociedades mercantiles cumplen un papel vital en el ámbito comercial al brindar una estructura legal y organizativa para compañías con objetivos de ganancia. Su relevancia se manifiesta en varios aspectos fundamentales que aportan al dinamismo y crecimiento económico”.⁹ Primordialmente, estas organizaciones mejoran las circunstancias para la inversión y la financiación empresarial. Permitiendo la emisión de acciones o participaciones sociales, las entidades comerciales pueden atraer inversiones externas, lo cual es esencial para el impulso y progreso de negocios. Esto no solo fomenta la expansión de las empresas, sino que también contribuye a la creación de empleo y al desarrollo económico a nivel local y global.

La variedad de responsabilidades es otro elemento resaltante. Las distintas modalidades de sociedades, como la sociedad anónima o la sociedad de responsabilidad limitada,

⁹ Sánchez Calero, Juan. **Derecho de sociedades**. Pág. 204.

permiten a los emprendedores elegir la estructura que mejor se adapte a sus requerimientos y metas. Esta diversificación facilita la asignación equitativa de responsabilidades entre los socios, reduciendo su exposición a riesgos financieros y fomentando un entorno empresarial más sólido.

La flexibilidad en la administración es una característica clave de las entidades comerciales. Los procedimientos de toma de decisiones y la gestión pueden ajustarse de acuerdo con lo establecido en los estatutos sociales. Esta flexibilidad no solo facilita una organización eficaz, sino que también permite una respuesta rápida y adaptable a los cambios en el entorno comercial y económico.

En resumen, las sociedades comerciales son elementos fundamentales en el ámbito del comercio al brindar estructuras legales que estimulan la inversión, posibilitan la diversificación de responsabilidades y ofrecen flexibilidad en la gestión, contribuyendo de esta manera al desarrollo y progreso económico de los comerciantes en el país.

CAPÍTULO III

3. Monopolios y oligopolios

“El monopolio, como estructura de mercado, se caracteriza por la singularidad en la oferta de bienes o servicios, donde una única empresa controla y domina por completo el mercado”.¹⁰ La etimología proviene del griego, donde "mono" significa "uno" y "polio" se refiere a "vendedor" o "vender". Este concepto, estudiado y analizado a lo largo del tiempo, ha dejado una marca importante en la teoría económica.

En términos históricos, el monopolio ha sido evidente en diversas industrias, desde la producción de servicios públicos hasta la explotación de recursos naturales. Su objetivo central es el control exclusivo, donde una sola entidad tiene el dominio total del mercado, influyendo no solo en los precios sino también en las condiciones de oferta. Este fenómeno ha sido objeto de atención y regulación en la teoría y práctica económica.

“La esencia del oligopolio reside en el control compartido del mercado por parte de unas pocas empresas dominantes. Estas entidades, conscientes de su capacidad de influencia, buscan maximizar beneficios y consolidar su posición. La interdependencia estratégica entre los oligopolistas se manifiesta en decisiones coordinadas y estrategias competitivas, con el fin de asegurar su cuota de mercado y prevenir la competencia perjudicial”.¹¹

¹⁰ Montes de Oca, Francisco. **Monopolios y oligopolios en la economía moderna**. Pág. 39.

¹¹ Moragues, Julio Enrique. **La regulación de los monopolios en la Unión Europea**. Pág. 132.

El oligopolio ha dejado su marca en diversas industrias, como la petrolera y la automotriz. Con el desarrollo de la teoría económica en el siglo XIX, se abordó la investigación de estas estructuras de mercado. Su origen se relaciona con el control compartido y la influencia conjunta de estas empresas en la dinámica del mercado.

El propósito del oligopolio es evidente: maximizar ganancias y garantizar la estabilidad de las empresas involucradas. A través de la interacción estratégica, estos actores buscan un equilibrio que les permita obtener beneficios significativos sin desencadenar una guerra de precios perjudicial. La estabilidad y la cooperación tácita son esenciales para alcanzar sus objetivos, a menudo a expensas de la competencia total y la maximización del bienestar del consumidor. El oligopolio, como fenómeno económico, destaca por su complejidad y las complejas dinámicas estratégicas que configuran su funcionamiento.

El objetivo del monopolio reside en el control exclusivo del mercado por parte de una sola empresa dominante. Esta entidad, consciente de su poder de influencia, busca maximizar beneficios y consolidar su posición única. La interdependencia estratégica no es un factor en el monopolio, ya que no comparte el control con otras empresas. A través de esta posición única, la empresa monopolista busca mantener su cuota de mercado y evitar la entrada de competidores. Sin embargo, esta situación a menudo genera preocupaciones sobre prácticas anticompetitivas y sus impactos en el bienestar del consumidor y la competencia general.

3.1. Clasificación

El monopolio, una forma extrema de estructura de mercado, se manifiesta cuando una sola entidad controla de manera exclusiva la totalidad de la oferta de bienes o servicios en un sector específico. Esta posición singular otorga a la empresa un control absoluto sobre los precios y las condiciones del mercado, estableciendo una dinámica en la que la competencia es prácticamente inexistente. En continuación, se desglosan más detalladamente las distintas categorías de monopolio:

- a) **Monopolio Natural:** Este tipo de monopolio surge cuando una única empresa demuestra ser más eficiente y económica que cualquier competidor potencial al proporcionar un bien o servicio particular. Ejemplos clásicos incluyen servicios públicos esenciales como el suministro de agua, donde la duplicación de infraestructuras resulta ineficiente.
- b) **Monopolio Legal o Estatutario:** La formación de un monopolio legal se da cuando el gobierno otorga a una empresa el derecho exclusivo de ofrecer un producto o servicio, respaldado por mecanismos legales como patentes que garantizan la exclusividad y protegen la propiedad intelectual.
- c) **Monopolio Coercitivo:** En este escenario, una empresa busca eliminar a la competencia mediante prácticas anticompetitivas o influencia indebida, generando

un dominio ilegítimo en el mercado. Este tipo de monopolio a menudo provoca intervenciones regulatorias y acciones antimonopolio.

“El oligopolio es una estructura de mercado en la que unas pocas empresas controlan la mayoría de la oferta en un sector específico. A diferencia del monopolio, en el oligopolio, estas empresas experimentan una interdependencia estratégica, donde las decisiones de una afectan directamente a las demás”.¹² Examinemos con mayor profundidad las diversas modalidades de oligopolio:

- a) Oligopolio Puro o Concentrado: En esta forma de oligopolio, un reducido número de empresas domina significativamente el mercado, y sus acciones tienen un impacto notable en toda la industria. Este escenario es común en sectores como la industria automotriz, donde unas pocas empresas lideran a nivel global.
- b) Oligopolio Diferenciado: Aquí, las empresas ofrecen productos similares pero diferenciados, ya sea por características específicas, calidad o marca. Sectores como la tecnología son ejemplos notables, donde diferentes empresas compiten por la preferencia del consumidor con productos distintivos.
- c) Oligopolio Colusivos o Cartel: En situaciones de oligopolio colusivos, las empresas cooperan para fijar precios y limitar la competencia, formando acuerdos colusivos

¹² Serrano, Miguel Ángel. **Aspectos jurídicos de los oligopolios en América Latina**. Pág. 82.

que pueden tener consecuencias legales significativas. La industria del petróleo ha sido históricamente propensa a este tipo de prácticas.

Estas elaboradas categorías de monopolio y oligopolio reflejan la complejidad intrínseca de las dinámicas del mercado, subrayando la importancia de una regulación eficiente para mantener una competencia justa y preservar el bienestar del consumidor en un entorno económico dinámico y cambiante.

3.2. Estructuras del mercado

Las estructuras del mercado delinean la organización y dinámica de la oferta y la demanda en el ámbito empresarial, ejerciendo influencia sobre la competencia, los precios y la distribución de bienes y servicios en la economía. Entre las estructuras más recurrentes se hallan la competencia perfecta, el monopolio, el oligopolio y la competencia monopolística. Cada una de estas estructuras presenta rasgos distintivos que inciden directamente en la interacción y competencia de las empresas en el mercado. A continuación, se proporcionará un análisis detallado de cada una, explorando sus aspectos legales, dinámicas competitivas y repercusiones en el bienestar económico general. En consecuencia, se detallan las diversas estructuras de mercado que delinean el panorama económico y comercial:

Competencia Perfecta: Desde la perspectiva legal, la competencia perfecta se erige como un modelo teórico que establece condiciones óptimas en un mercado. En este contexto, la

legislación antimonopolio respalda la libre entrada y salida de empresas, garantizando igualdad de oportunidades y evitando prácticas que distorsionen la competencia. Las leyes buscan asegurar la transparencia en la información, prevenir prácticas engañosas y fomentar la divulgación de datos pertinentes. La regulación de la homogeneidad de productos tiene como propósito evitar la discriminación y asegurar que los consumidores accedan a opciones similares. Dentro de este marco jurídico, se persigue preservar la competencia de manera justa y equitativa en aras del beneficio de los consumidores y la eficiencia del mercado.

Monopolio: Desde la óptica legal, el monopolio surge cuando una única entidad controla exclusivamente la oferta de bienes o servicios en un mercado. La regulación antimonopolio juega un papel crucial al establecer límites y sanciones para prevenir la formación y abuso de monopolios. La existencia de barreras a la entrada se examina con meticulosidad, y las leyes buscan erradicar obstáculos injustos que limiten la competencia. La regulación de la fijación de precios y prácticas anticompetitivas resguarda a los consumidores y mantiene la integridad del mercado. En este marco legal, la promoción de la competencia leal y la prevención de prácticas anticompetitivas son prioridades ineludibles.

Oligopolio: Desde una perspectiva legal, el oligopolio se distingue por la dominación de unas pocas empresas en un mercado. La interdependencia estratégica se supervisa rigurosamente, y las leyes antimonopolio buscan prevenir colusiones y prácticas que limiten la competencia. La regulación se enfoca en asegurar que las acciones coordinadas no conduzcan a prácticas desleales o a la manipulación de precios. La competencia

diferenciada, frecuente en este modelo, es regulada para evitar la discriminación y garantizar una competencia justa. Dentro de este marco legal, se busca armonizar la eficiencia económica con la protección de la competencia y el bienestar del consumidor.

Competencia Monopolística: Desde el ángulo legal, la competencia monopolística implica la participación de numerosas empresas que ofrecen productos similares, pero con diferenciación. La protección de marcas y derechos de propiedad intelectual se convierte en un pilar esencial, y las leyes se orientan a prevenir prácticas engañosas en la publicidad. La no discriminación se establece como un principio legal, respaldado por regulaciones que procuran garantizar que las empresas no favorezcan injustamente ciertos productos. En este contexto, se promueve la competencia justa mediante leyes que velan por la ética en la rivalidad empresarial, evitando distorsiones en el mercado. La regulación se enfoca en mantener un equilibrio entre la diferenciación de productos y la necesidad de una competencia justa, resguardando así los intereses de los consumidores y la integridad del mercado.

Oligopsonio: El oligopsonio se presenta cuando un reducido número de compradores ejerce de manera conjunta su dominio sobre la demanda de un bien o servicio. La regulación busca prevenir prácticas anticompetitivas que puedan surgir de esta concentración de poder de compra. La competencia entre compradores y la transparencia en las negociaciones son aspectos rigurosamente regulados para preservar la competencia y evitar prácticas que puedan perjudicar a proveedores y consumidores.

Monopsonio: Desde una perspectiva legal, el monopsonio se configura cuando un único comprador ejerce un control dominante sobre la demanda de un bien o servicio. La regulación antimonopolio busca evitar abusos de poder de compra, asegurando que la competencia sea equitativa y que los proveedores no resulten perjudicados. La no discriminación en las transacciones y la transparencia en las relaciones comerciales son elementos esenciales de la regulación en un contexto de monopsonio. La autoridad regulatoria supervisa las prácticas comerciales para garantizar que no haya comportamientos monopolísticos que distorsionen el mercado y afecten adversamente a los actores más pequeños.

Duopolio: Legalmente hablando, el duopolio, una variante específica del oligopolio, se presenta cuando únicamente dos empresas lideran la oferta en un mercado. Las leyes antimonopolio implementan controles para prevenir colusiones y prácticas que restrinjan la competencia en este escenario. La interdependencia estratégica entre estas dos empresas es vigilada para evitar acuerdos que perjudiquen a competidores más pequeños y que mantengan la competencia en el mercado. La regulación, además, se centra en asegurar que las estrategias de precios y de mercado sean transparentes y no perjudiciales para la competencia, manteniendo así un entorno empresarial justo.

Monopolio Natural: Desde el punto de vista legal, el monopolio natural emerge cuando una única empresa demuestra ser más eficiente y económica en la provisión de un bien o servicio. Las leyes buscan equilibrar la eficiencia económica con la protección de la competencia, asegurando que la posición dominante de la empresa no dé lugar a prácticas

anticompetitivas. La regulación antimonopolio evalúa minuciosamente la necesidad y proporcionalidad de mantener una sola entidad en el mercado. Se busca evitar que la posición de monopolio natural se traduzca en un abuso de poder, protegiendo a los consumidores y fomentando la entrada de nuevas empresas en el mercado siempre que sea posible.

Competencia de Precios: En el ámbito jurídico, la competencia de precios se enfoca en la rivalidad entre empresas basada principalmente en la variación de precios. Las leyes antimonopolio regulan prácticas como la fijación de precios predatoria o acuerdos para mantener la competencia justa y evitar conductas que perjudiquen a los consumidores. La regulación se extiende a la supervisión de estrategias de precios que puedan distorsionar el mercado, asegurando que las prácticas comerciales sean éticas y no perjudiciales para la competencia. La transparencia en la fijación de precios y la comunicación clara con los consumidores son elementos esenciales que la regulación busca mantener para preservar un ambiente competitivo saludable.

Competencia No-Price: Jurídicamente, la competencia no-Price implica que las empresas compiten en aspectos distintos al precio, como la calidad, la publicidad y el servicio al cliente. La regulación busca prevenir prácticas engañosas en publicidad y asegurar que la competencia se lleve a cabo de manera ética y justa. La transparencia en las comunicaciones comerciales es un elemento clave de la regulación en este contexto. Además de regular la publicidad, las leyes antimonopolio se centran en evitar prácticas discriminatorias y en garantizar que la competencia se dé de manera justa en todos los

aspectos comerciales. La autoridad reguladora se encarga de monitorear y sancionar prácticas que puedan distorsionar el juego competitivo en áreas distintas al precio.

3.3. Impacto comercial

Los oligopolios y monopolios, como arquitecturas dominantes en el mercado, desencadenan un impacto substancial que reverbera en los rincones más profundos del comercio, afectando tanto a las corporaciones como a los consumidores en múltiples dimensiones.

En el ámbito de los oligopolios, donde un selecto grupo de empresas acapara el escenario, la competencia, lejos de ser un motor vigoroso, se ve restringida. Este escenario propicia la posibilidad de malas prácticas en la fijación de precios, resultando en tarifas más altas y, a su vez, potencialmente frenando iniciativas innovadoras y mejoras en la calidad de productos y servicios.

En el otro extremo, los monopolios, al erigirse como titanes solitarios que controlan la oferta, ejercen un poder unilateral sobre la determinación de precios. Esta prerrogativa puede traducirse en costos más elevados para los consumidores, ya que la ausencia de rivales directos elimina la necesidad de ajustarse a los estándares competitivos. Asimismo, la falta de desafíos puede desincentivar la innovación y la búsqueda constante de la excelencia en la calidad.

En cuanto al acceso al mercado, tanto oligopolios como monopolios presentan barreras infranqueables para las nuevas empresas. En el caso de los oligopolios, los altos costos de entrada y la presencia arraigada de corporaciones líderes dificultan la entrada de competidores. Por otro lado, los monopolios, al monopolizar prácticamente la entrada al mercado, dejan escaso margen para la diversidad y opciones para los consumidores.

En síntesis, estas dinámicas de mercado no solo dictan las reglas del juego comercial, sino que también resaltan la imperiosa necesidad de una regulación eficaz para preservar la equidad competitiva y salvaguardar los intereses de los consumidores en este fascinante entramado económico.

3.4. Efectos sociales

Los efectos sociales de los monopolios y oligopolios, sometidos a un análisis jurídico minucioso, revelan no solo retos económicos, sino también implicaciones legales fundamentales que inciden en la estructura y dinámica de estos mercados. Al explorar la desigualdad de ingresos, es crucial considerar cómo ciertos monopolios, el establecimiento de precios sin restricciones, podrían incurrir en prácticas susceptibles de ser examinadas bajo la normativa antimonopolio. La acumulación excesiva de ganancias y la imposición de costos elevados a los consumidores pueden ser evaluadas desde la perspectiva de la regulación para garantizar la equidad económica.

En el ámbito del acceso al empleo, las estrategias empresariales de los monopolios, que priorizan la eficiencia en detrimento de la creación de empleo, pueden estar sujetas a un escrutinio legal. Asimismo, la competencia limitada en los oligopolios puede requerir evaluaciones antimonopolio para determinar si las prácticas empresariales están restringiendo indebidamente el acceso a oportunidades laborales y obstaculizando la libre competencia en el mercado laboral.

En relación con la innovación y la diversidad de productos, el análisis legal podría abordar cómo la falta de competencia directa en estas estructuras de mercado podría dar lugar a prácticas anticompetitivas. Los reguladores pueden examinar si la falta de incentivos para la innovación y diversificación está afectando negativamente a los consumidores y si se requieren medidas correctivas para preservar la competencia justa.

En el ámbito de las pequeñas empresas, las leyes antimonopolio pueden desempeñar un papel crucial para mantener un ambiente empresarial diverso y competitivo. La evaluación de prácticas que limiten indebidamente la entrada y competencia de pequeñas empresas podría ser vital para asegurar la vitalidad del tejido empresarial local y promover la competencia justa.

Finalmente, en el acceso a bienes y servicios, el análisis legal puede examinar cómo la fijación de precios y la falta de opciones podrían contravenir regulaciones de protección al consumidor. La evaluación de la accesibilidad y equidad en la oferta de bienes y servicios

puede requerir intervenciones regulatorias para prevenir prácticas que perjudiquen a ciertos segmentos de la población.

Este análisis legal profundo subraya la necesidad de un enfoque que no solo considere los aspectos económicos, sino que también se centre en la aplicación efectiva de regulaciones y leyes para mantener la competencia justa, proteger a los consumidores y preservar la diversidad empresarial en un mercado dinámico.



CAPÍTULO IV

4. Sociedades mercantiles de cartera como forma de ocultar los monopolios y oligopolios en Guatemala

Las entidades de inversión estratégica o sociedades de cartera se han empleado como instrumentos para influir en diversos sectores industriales. Su propósito radica en maximizar la rentabilidad mediante la gestión de otras entidades mediante la adquisición de sus acciones, con el objetivo de obtener una mayoría de votos a favor. A pesar de esto, no todas las implicaciones de estas entidades son inherentemente desfavorables. Por ende, resulta pertinente analizar tanto sus beneficios como sus inconvenientes. Entre los beneficios que puede generar este modelo de estructura empresarial en el contexto económico nacional se destacan:

- a) Acceso facilitado al capital: Al iniciar su actividad comercial, algunas empresas pueden carecer del capital necesario para su expansión y desarrollo. En este contexto, las compañías de cartera desempeñan un papel fundamental. Las empresas de menor tamaño a menudo enfrentan dificultades para acceder a los mercados financieros principales y obtener tasas de interés favorables. Sin embargo, al formar parte de una sociedad de cartera, estas empresas pueden beneficiarse de condiciones financieras más favorables que las que podrían obtener de manera independiente. Además, al integrarse en una estructura de cartera, estas

empresas pueden evitar la necesidad de solicitar préstamos externos, pueden ser financiadas directamente por la sociedad matriz.

- b) Facilidades técnicas: Esta ventaja se vincula con el hecho de que las sociedades de cartera a menudo invierten en infraestructura técnica, como laboratorios de investigación. Esto supone un beneficio significativo para las empresas de menor tamaño que carecen del capital necesario para invertir en equipos costosos, cuyos beneficios pueden no ser inmediatos. Para una sociedad de cartera, la rentabilidad a corto plazo de una investigación específica no es crucial, dado que su viabilidad depende del éxito global de todas las empresas bajo su gestión.
- c) Racionalización de la producción: La gestión de la producción dentro de una sociedad de cartera se caracteriza por una mayor eficiencia organizativa. Esta circunstancia conlleva una reducción de los costos de producción y, simultáneamente, un aumento de los beneficios derivados de los productos o servicios. Entre las estructuras organizativas asociadas a este modelo se incluyen: agencias de compras para la adquisición de insumos superiores o en mayor volumen; departamentos de planificación y racionalización de la producción, también conocidos como "planning departments" o departamentos científicos; coordinación del trabajo entre las distintas empresas para optimizar los costos y aumentar la producción; y una mayor facilidad para entrar en el mercado.

- d) Estabilidad económica: Esta dimensión se evidencia con mayor claridad durante períodos de crisis. La diversificación de actividades y empresas dentro de una sociedad de cartera proporciona un respaldo más sólido para hacer frente a situaciones adversas. Esto se refleja en la capacidad de estas entidades para disponer de mayores recursos y tomar decisiones estratégicas oportunas, como el momento y el mercado más adecuados para la emisión de acciones, la solicitud de préstamos o la realización de ventas. Asimismo, cuentan con los medios necesarios para hacer frente a las operaciones bursátiles adversas que puedan afectar sus cotizaciones o la viabilidad de sus empresas.
- e) Racionalización de la distribución: Esta situación se refiere a los desafíos que enfrentan las sociedades de cartera al tener que gestionar la abundancia de productos durante periodos de escasez, una tarea que puede resultar especialmente difícil para una empresa individual. Esta dificultad está vinculada a la limitación de recursos tanto para el almacenamiento de productos como para la investigación necesaria para determinar las tendencias del mercado.
- f) Mejores condiciones de trabajo: Las grandes empresas tienden a ofrecer condiciones laborales más favorables que las pequeñas empresas, incluida una mayor estabilidad laboral. Esto se debe a que las grandes sociedades disponen de mayores recursos, lo que facilita la implementación de medidas de seguridad, programas de asistencia social, entre otros aspectos relacionados con el bienestar laboral.

- g) Fama mercantil: Este aspecto está estrechamente ligado al público o consumidores. Como resultado de los puntos mencionados anteriormente, las sociedades de cartera tienen la capacidad de producir en mayores volúmenes, a precios más bajos y con una calidad superior. Estas características hacen que los consumidores busquen sus productos, lo que contribuye a la reputación comercial de la empresa.

Por otro lado, las sociedades de cartera presentan ciertas limitaciones o desventajas, las cuales incluyen:

- a) Prácticas abusivas en el mercado de valores: Este aspecto se refiere a ciertas formas de fraude en las cuales se pretende colocar las acciones de las pequeñas empresas que adquieren a un precio superior al que realmente tienen en el mercado. Si bien es cierto que se espera que el valor de estas acciones aumente en el futuro, inicialmente se sobrevalúan en el mercado bursátil.
- b) Carácter tributario: Estas grandes entidades tienen la capacidad de eludir el sistema tributario, principalmente debido a la amplitud de sus operaciones y su influencia, así como a la presencia de expertos en temas fiscales en su personal.
- c) Carácter político-social: Dada su considerable influencia, estas entidades pueden intervenir en la toma de decisiones políticas o sociales. Es importante tener en cuenta que no solo tienen la capacidad de imponer sus condiciones, sino también de lograr que estas sean aceptadas por los funcionarios públicos.

- d) **Carácter económico-político:** El problema central radica en el aumento de precios que perjudica a los consumidores, resultado de la estrategia de las sociedades de cartera para dominar el mercado. Estas entidades tienden a generar monopolios que, una vez establecidos, elevan los precios con el fin de maximizar sus ganancias económicas.
- e) **Carácter comercial-moral:** La práctica de competencia desleal es un tema relevante. Muchos de estos agentes comerciales han recurrido a tácticas desleales para asegurar su posición en el mercado. Un ejemplo destacado es la reducción de precios que perjudica a la competencia. No obstante, el análisis exhaustivo de todos los factores involucrados resulta complejo, ya que no es posible delimitar todos los métodos empleados para alcanzar sus objetivos.

4.1. Sociedad mercantil de cartera

“En el ámbito del derecho mercantil, una sociedad de cartera se define como una entidad legal, típicamente una sociedad anónima, cuyo propósito principal es adquirir y negociar participaciones accionarias en otras empresas, con el fin de generar inversiones”.¹³ En la práctica, estas sociedades suelen actuar como socios pasivos y también son conocidas como sociedades de inversión, holdings o sociedades gestoras. Se pueden entender como entidades que poseen acciones de otras empresas. En algunos países, las prácticas de estas sociedades están reguladas o incluso prohibidas por las leyes antimonopólicas. Las

¹³ Lopez de Silanes, Florencio. **Sociedades de cartera: estructura, estrategias y desempeño**. Pág. 77.

sociedades de cartera surgen cuando un grupo de capital adquiere propiedad de empresas diversas, centrándose en la rentabilidad individual de cada una de ellas en lugar de integrar sus actividades.

La sociedad de cartera suele ejercer control sobre otras empresas, conocidas en inglés como “Holding Companies” Estas pueden clasificarse como puras o mixtas, dependiendo de sus actividades. Las sociedades de cartera puras se limitan a mantener una cartera de acciones de otras empresas, mientras que las sociedades de cartera mixtas llevan a cabo actividades adicionales además de mantener las acciones de otras empresas. Estas últimas son comunes en las matrices de los bancos internacionales, donde se desarrollan actividades organizativas del banco y operaciones independientes simultáneamente. En este caso particular, la sociedad de cartera es de naturaleza mixta, ya que se encarga tanto de la gestión del banco internacional como de operaciones comerciales independientes.

Existen aspectos significativos que merecen atención en el contexto de las sociedades de cartera:

- Es la forma de organización económica óptima para establecer este tipo de entidades.
- La sociedad anónima se considera la estructura más adecuada para su establecimiento.
- Se prioriza la emisión de acciones preferentes con múltiples votos, ya que es el método más efectivo para obtener el control dentro de una sociedad anónima.

- No hay restricciones para que una sociedad de cartera pueda adquirir el control de otras empresas y participar en actividades económicas permitidas al mismo tiempo.
- Su objetivo principal radica en la adquisición de acciones de otras empresas con el fin de obtener beneficios y asumir su gestión para garantizar un rendimiento adecuado.
- No se trata de una fusión de empresas, sino más bien de la unión de sociedades que conservan su autonomía individual.

4.2. Antecedentes, definición y características de la competencia económica

La competencia económica tiene sus raíces en el intercambio de bienes entre individuos, que surge como respuesta a la necesidad humana de satisfacer sus necesidades. La disponibilidad limitada de recursos ha impulsado históricamente este intercambio. Estos principios son fundamentales para el desarrollo del sistema jurídico mercantil. Se puede dividir la evolución de la competencia económica en dos períodos principales: El corporativo y el estatal.

El primero abarca desde los siglos XII hasta casi finales del siglo XVI. Durante este período, prevalecía la regulación corporativa en la actividad comercial. El segundo período, conocido como el estatal, se extiende hasta el siglo XVIII y se caracteriza por la presencia de monopolios controlados por gremios y corporaciones, lo que limitaba la libertad de acceso al mercado. Durante esta época, los estatutos de las corporaciones regulaban

rigurosamente sus actividades, incluyendo condiciones de membresía, límites número de miembros y normas relacionadas con las técnicas de producción.

Durante la era de las corporaciones, además de los estatutos corporativos, las regulaciones municipales también desempeñaban un papel crucial en la regulación de aspectos como las marcas, las denominaciones de origen, la protección de secretos industriales y la denigración de competidores y sus productos. Estos aspectos son esenciales para la competencia económica y para lograr una posición sólida en el mercado. La importancia de estas cuestiones se vio reforzada con la firma del Tratado de Roma en 1957, que estableció la Comunidad Económica Europea. Los artículos 85 y 86 de este tratado son especialmente relevantes en relación con la competencia. El tratado proporciona un marco para garantizar que cada Estado miembro adopte medidas para proteger la competencia en los mercados.

En la evolución de la competencia económica, el tema de los monopolios y las leyes antimonopolio desempeña un papel importante, siendo primero desarrollado en Estados Unidos antes que en Europa. Esto se debe, en parte, al tamaño relativamente más pequeño de las empresas europeas en comparación con las empresas estadounidenses. Fue solo en el siglo pasado cuando Europa comenzó a abordar más activamente la cuestión de los monopolios, especialmente agravada por el proceso de globalización, la liberalización y privatización de las empresas, lo que ha dado lugar a la aparición de empresas más grandes.

El concepto de competencia tiene diferentes implicaciones según el ámbito en el que se aplique. En el contexto jurídico, suele utilizarse para delimitar la jurisdicción en cuestiones procesales. Sin embargo, en el ámbito comercial, la competencia es fundamental, ya que impulsa la actividad económica. En la economía, la competencia es el motor que impulsa la circulación de bienes y servicios, especialmente en un sistema capitalista donde existe libertad en el mercado. Desde el punto de vista de la teoría económica, la competencia se define como la situación en la que los agentes económicos, a través de sus acciones individuales, no tienen un impacto significativo en los precios del mercado. Por lo tanto, la competencia se refiere al derecho que tienen los agentes económicos de ofrecer sus bienes y servicios en el mercado, compitiendo de manera justa y lícita con otros agentes. Esta competencia beneficia a los consumidores o usuarios, ya que les brinda la oportunidad de elegir entre diferentes proveedores para obtener sus bienes o servicios.

La competencia es fundamental para mantener activo el ciclo de la oferta y la demanda en la economía. En el ámbito de la competencia económica, se analizan los comportamientos de los agentes económicos, tanto individuales como jurídicos, que constituyen el principal motor del mercado y garantizan su correcto funcionamiento. La relación entre la competencia y la oferta y la demanda radica en que, al haber una competencia efectiva y una variedad de proveedores, las necesidades y demandas de diferentes sectores pueden ser atendidas de acuerdo con sus preferencias y exigencias. Además, la competencia estimula a las empresas a innovar constantemente, ya que deben buscar formas de destacarse en un mercado competitivo. En resumen, la competencia se puede entender como una lucha por conquistar y mantener una posición en el mercado.

Para que la competencia económica pueda desarrollarse de manera efectiva, es fundamental que existan condiciones equitativas en el mercado para todos los agentes. En el contexto de la competencia entre varios agentes, es necesario asegurar la diversidad de proveedores que ofrecen bienes similares o sustitutos. Una vez que hay varios agentes en el mercado, es crucial que operen en un entorno de igualdad, evitando así que alguno de ellos abuse de su posición dominante para eliminar la competencia. Desde la perspectiva jurídica, la competencia se considera un derecho de los participantes del mercado, pero desde el punto de vista económico, va más allá y se convierte en una política estatal fundamental, ya que refleja la forma en que se organizan las relaciones económicas en una sociedad.

La competencia económica se establece en el Artículo 130 de la Constitución Política de la República de Guatemala, el cual establece que: “Se prohíben los monopolios y privilegios. El Estado limitará el funcionamiento de las empresas que absorban o tiendan a absorber, en perjuicio de la economía nacional, la producción en uno o más ramos industriales o de una misma actividad comercial o agropecuaria. Las leyes determinarán lo relativo a esta materia (...) El Estado protegerá la economía de mercado e impedirá las asociaciones que tiendan a restringir la libertad del mercado o a perjudicar a los consumidores.” Lo que evidencia que la competencia económica se encuentra en contraposición de otras estructuras del mercado como los monopolios y oligopolios.

“El término competencia se refiere a la rivalidad entre los agentes económicos, y abarca tanto un derecho individual como una libertad económica. Es importante entender que la

competencia no debe ser considerada únicamente como un concepto jurídico, sino también como un concepto económico que describe la interacción entre los agentes económicos en el mercado, quienes ofrecen productos idénticos, similares o sustituibles”.¹⁴

4.3. Teorías de la competencia económica

El análisis de las teorías de la competencia económica desde una perspectiva jurídica es esencial para entender cómo se regula y promueve la actividad económica dentro del marco legal. Estas teorías ofrecen modelos conceptuales que ayudan a comprender el comportamiento de las empresas, las dinámicas de oferta y demanda, y los efectos de las políticas regulatorias en la competencia y el bienestar económico. Al explorar en detalle las principales teorías de la competencia económica, desde la clásica hasta la austriaca, podemos examinar su relevancia en el ámbito jurídico y su influencia en la formulación de políticas y regulaciones antimonopolio y de competencia. A través de un análisis exhaustivo, podemos adquirir una comprensión más profunda de cómo se aplican estas teorías en la práctica legal para promover mercados eficientes, proteger los intereses de los consumidores y fomentar una competencia justa y equitativa.

- a) Teoría Clásica de la Competencia: La teoría clásica, basada en las ideas de economistas como Adam Smith y David Ricardo, postula que la competencia en los mercados conduce al bienestar económico. Desde una perspectiva jurídica, los principios de libre competencia derivados de esta teoría se consideran

¹⁴ Carrascosa González, José Miguel. **Monopolios y competencia en el mercado digital**. Pág. 28.

fundamentales para el funcionamiento eficiente de los mercados. En muchos países, las leyes antimonopolio y de competencia están diseñadas para fomentar y proteger la competencia en el mercado, asegurando que las empresas no abusen de su posición dominante para restringir la competencia.

- b) **Teoría Neoclásica de la Competencia:** La teoría neoclásica, desarrollada en el siglo XIX, se enfoca en el equilibrio del mercado y la maximización de la utilidad individual. Desde una perspectiva jurídica, esta teoría ha influido en la formulación de políticas y regulaciones destinadas a promover la competencia efectiva y proteger los derechos de los consumidores. Las leyes antimonopolio y de competencia, basadas en los principios neoclásicos, tienen como objetivo prevenir prácticas anticompetitivas como la fijación de precios absoluta, los acuerdos de reparto de mercado y el abuso de posición dominante.
- c) **Teoría Austriaca de la Competencia:** La teoría austriaca resalta la relevancia del conocimiento descentralizado y la coordinación empresarial en un mercado libre. Desde una perspectiva jurídica, esta teoría enfatiza la importancia de las instituciones y los marcos legales que protegen los derechos de propiedad y promueven la competencia libre. Las políticas regulatorias basadas en los principios austriacos suelen centrarse en la eliminación de barreras regulatorias y burocráticas que obstaculizan la competencia y la innovación empresarial.

- d) Teoría de la Competencia Perfecta: Desde una perspectiva jurídica, la teoría de la competencia perfecta funciona como un modelo ideal para medir el nivel de competencia en un mercado. Las autoridades encargadas de regular la competencia emplean este concepto como una guía al analizar posibles prácticas anticompetitivas y evaluar la eficacia de las políticas de competencia. Las leyes antimonopolio y de competencia se diseñan con el propósito de fomentar condiciones que se asemejen a la competencia perfecta, tales como la eliminación de barreras de entrada y la salvaguarda de los derechos de los consumidores.
- e) Teoría del Monopolio: Desde una perspectiva legal, se considera que el monopolio es perjudicial para la competencia y el bienestar económico, ya que puede resultar en precios más elevados, menor calidad y una oferta reducida para los consumidores. Las leyes antimonopolio y de competencia están diseñadas para evitar la creación y el abuso de monopolios, lo que protege la competencia efectiva en el mercado y fomenta la innovación y la eficiencia económica.
- f) Teoría del Oligopolio: La presencia de un oligopolio puede plantear desafíos importantes para la competencia en el mercado. Desde un punto de vista legal, es crucial regular estas estructuras de mercado para prevenir acuerdos colusivos y fomentar una competencia efectiva. Las autoridades de competencia pueden aplicar medidas correctivas y sanciones a las empresas involucradas en prácticas anticompetitivas en un mercado oligopólico.

- g) Teoría de la Competencia Monopolística: La competencia monopolística, que se distingue por la diferenciación de productos y la presencia de múltiples empresas en el mercado, puede tener repercusiones tanto favorables como desfavorables para la competencia. Desde un enfoque jurídico, es esencial asegurar que las empresas no abusen de su posición de dominio en el mercado para limitar la competencia o engañar a los consumidores. Las leyes antimonopolio y de competencia pueden ser aplicadas para prevenir prácticas anticompetitivas y fomentar una competencia efectiva en mercados caracterizados por la competencia monopolística.

4.4. Posición de dominio y factores que lo determinan

El abuso de posición dominante se refiere al efecto perjudicial que resulta de la posición privilegiada que ostenta un proveedor en el mercado. Esta posición suele derivar de un desempeño excepcional y un crecimiento significativo en el mercado. Algunas teorías sugieren que la posición dominante es inherente a las relaciones comerciales y que es imposible eliminarla, ya que impulsa la dinámica económica al fomentar la competencia por convertirse en el proveedor más grande o mejor establecido. Sin embargo, hay quienes argumentan que el abuso de posición dominante es un comportamiento perjudicial promovido por las grandes empresas que buscan afectar el mercado y la economía de un país, lo que a su vez repercute en los consumidores como actores finales en las relaciones comerciales.

“La posición de dominio se ha visto como una estrategia en la que las empresas que la ostentan llevan a cabo prácticas de competencia desleal para evitar tener competidores y mantener su posición dominante en el mercado. Estas prácticas pueden incluir acciones destinadas a obstaculizar la entrada de nuevos competidores al mercado. Una de las prácticas más comunes asociadas con la posición de dominio es la discriminación de precios”.¹⁵ Aunque esta práctica puede compararse con el monopolio, es importante destacar que, en comparación con este último, la posición de dominio está sujeta a regulaciones menos estrictas en muchos sistemas jurídicos. Sin embargo, para que sea considerada una práctica abusiva y anticompetitiva, la posición de dominio debe cumplir con una serie de criterios específicos establecidos por la ley.

Estar en una posición dominante en el mercado no necesariamente contraviene los principios de la libre competencia. La posición dominante se refiere a la situación en la que un agente económico tiene un control significativo sobre un mercado, al punto de no depender sustancialmente de la competencia para tomar decisiones comerciales. La dependencia o independencia de otros agentes económicos es un factor determinante para evaluar si una empresa está en una posición dominante. En resumen, los criterios para determinar si una empresa ocupa una posición dominante incluyen:

- a) La cuota de mercado: Este indicador proporciona información sobre la posición de la empresa en el mercado. Se interpreta como una medida del poder que tiene la empresa en el mercado.

¹⁵ Elizalde Velasco, Juan José. **Sociedades mercantiles: régimen jurídico y practica societaria**. Pág. 8.

- b) Factores de oferta: Esto está relacionado con la sustituibilidad del producto. No se puede alcanzar una posición dominante si los consumidores tienen la posibilidad de elegir entre diferentes opciones o de sustituir el recurso ofrecido. Esto significa que si un producto tiene sustitutos en el mercado, los consumidores pueden optar por alternativas que consideren mejores en términos de precio y calidad.
- c) Factores de demanda: Una vez más, el tema de la sustitución de productos surge. En las relaciones comerciales, la oferta y la demanda son determinantes. Cuando se ofrecen productos que pueden ser sustituidos por otros, la demanda se inclinará hacia aquellos que ofrecen mejores características. En consecuencia, si existen alternativas en el mercado, una empresa no puede imponer sus condiciones de manera unilateral. Esto se debe a que, si la empresa decide aumentar sus precios y el producto tiene sustitutos, la demanda se desviará hacia otras opciones disponibles.

En la posición dominante, no se infringen las leyes ni los principios de libre competencia, ya que la empresa no depende de sus competidores al estar en una posición de privilegio en el mercado o la industria. Por lo tanto, la posición dominante en sí misma no es ilegal, aunque está poco regulada a nivel mundial. Sin embargo, si se utiliza esta posición de manera abusiva para perjudicar la competencia, se considera un abuso de la posición dominante. Este abuso puede manifestarse de diversas formas, tales como:

- Fijar precios o establecer condiciones comerciales que no son equitativas.

- No satisfacer de manera injustificada la demanda de productos o servicios.
- Celebrar contratos que contienen prestaciones que son independientes del objeto de negocio original.

4.5. Sociedades mercantiles de cartera como forma de ocultar los monopolios y oligopolios en Guatemala

Los comerciantes buscan maximizar sus beneficios en sus transacciones comerciales, lo que impulsa la competencia en el comercio. Sin embargo, es importante discernir hasta qué punto esta competencia se ajusta a un modelo de competencia perfecta y cuándo se cruza hacia la competencia desleal, actividades anticompetitivas o competencia imperfecta. Para mejorar su posición en el mercado, los comerciantes han optado por consolidar sus recursos financieros, dando lugar a la formación de sociedades mercantiles que buscan ampliar su alcance en las relaciones comerciales. Aunque las sociedades mercantiles adoptan diversas formas de organización según la legislación vigente, la figura de la sociedad de cartera, aunque no esté específicamente regulada en el Código de Comercio, se desarrolla en la práctica comercial.

En este tipo de sociedad mercantil, se consolidan las acciones de otras empresas con el objetivo de obtener el control de sus decisiones mediante el ejercicio de los votos. Estas entidades controladoras no siempre buscan únicamente el control, sino que a veces también aspiran a administrar las empresas cuyas acciones adquieren. Sin embargo, no se limitan únicamente a adquirir acciones, sino que también pueden obtener activos

tangibles, como empresas mercantiles. Esta consolidación ofrece una serie de beneficios, como el potencial crecimiento de las empresas en el mercado. Esto puede traducirse en mejores condiciones de préstamo, así como en la capacidad de la entidad controladora para proporcionar apoyo financiero a la empresa adquirida y favorecer su expansión. Todo ello se realiza con el objetivo de obtener ganancias por parte de la sociedad controladora.

El principal objetivo de las sociedades mercantiles de cartera es impulsar el crecimiento a través de la adquisición de activos de otras empresas, lo que les permite expandir su presencia en el mercado o en la industria. Estas sociedades suelen estar involucradas en diversas actividades, lo que les proporciona un amplio alcance en términos de mercado. Sin embargo, este mismo beneficio puede convertirse en un problema. Al acumular una variedad de activos de otras empresas y ampliar su participación en el mercado, existe el riesgo de que estas sociedades puedan eventualmente convertirse en monopolios u oligopolios, dependiendo de las circunstancias. Esto se debe a que pueden eliminar efectivamente a la competencia al adquirir múltiples activos, incluyendo acciones, empresas o propiedades. El crecimiento y la estabilidad de estas sociedades mercantiles pueden llevarlas fácilmente a convertirse en monopolios en el ámbito comercial, e incluso algunas pueden tener como objetivo explícito llegar a ser un monopolio.

CONCLUSIÓN DISCURSIVA

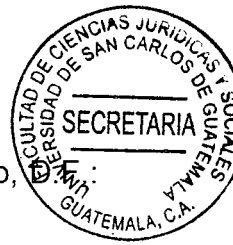
Es de vital importancia para el estado de Guatemala garantizar el bienestar de los procesos económicos para que no repercuta de manera negativa en los consumidores y es por eso por lo que permitir que se desarrollen monopolios y oligopolios a través de las sociedades mercantiles que funcionan como cartera. La elevación de los precios o inflación que es controlada por una sociedad que posea acciones en diversas empresas que sirvan el mismo bien o servicio es un proceso dañino para la economía y que contradice todos los principios que rigen el derecho mercantil es por lo que se debe agudizar las revisiones de las leyes antimonopolios y contemplar estos supuestos que ya son una realidad en la economía.

En Guatemala si bien sí se regula la prohibición de monopolios y oligopolios desde el Artículo 130 de la Constitución Política de la República de Guatemala, no se tiene una forma de determinar de forma específica cuando la adquisición de diferentes empresas por parte de una misma sociedad puede llegar a incurrir en monopolio. Si bien se considera al monopolio como el dominio total de un agente económico dentro del mercado, en esta forma de organización esto se esconde. Principalmente se puede establecer que esto sucede debido a que, al momento de obtener acciones u otros bienes de otras sociedades, estas no dejan de mantener cierto grado de autonomía y es aquí en donde las sociedades se excusan para justificar la inexistencia de monopolios. Por lo que, es importante que exista regulación respecto a la identificación y control de las sociedades mercantiles de cartera que puedan o lleguen a incurrir en monopolio u oligopolios.



BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO UREBA, Alberto. **Derecho de sociedades: casos prácticos**. 5ª ed. Madrid, España: Ed. Tirant lo Blanch, 2019.
- ARANA GARCÍA, Esteban. **Concentraciones empresariales y competencia en la Unión Europea**. 3ª ed. Barcelona, España: Ed. Bosch, 2018.
- BARREDA MARCELLET, José María. **Manual de derecho mercantil**. 8ª ed. México, D.F.: Ed. Porrúa, S.A., 2022.
- CARRASCOSA GONZÁLEZ, José Miguel. **Monopolios y competencia en el mercado digital**. 2ª ed. Madrid, España: Ed. Dykinson, 2020.
- CÁRDENAS VÁSQUEZ, Mario. **Derecho mercantil**. 12ª ed. México, D.F.: Ed. Porrúa, S.A., 2018.
- ELIZALDE VELASCO, Juan José. **Sociedades mercantiles: régimen jurídico y práctica societaria**. 4ª ed. México, D.F.: Ed. Oxford University Press, 2021.
- GARRIGUES, Joaquín. **Tratado de derecho mercantil**. 20ª ed. Madrid, España: Ed. Reus, 2016.
- LOPEZ DE SILANES, Florencio. **Sociedades de cartera: estructura, estrategias y desempeño**. Madrid, España: Ed. Marcial Pons, 2017.
- MONTES DE OCA, Francisco. **Monopolios y oligopolios en la economía moderna**. 3ª ed. México, D.F.: Ed. Fondo de Cultura Económica, 2019.
- MORAGUES, Julio Enrique. **La regulación de los monopolios en la Unión Europea**. Barcelona, España: Ed. Marcial Pons, 2015.



NÚÑEZ MARTÍNEZ, Miguel Ángel. **Manual de derecho mercantil**. 15ª ed. México, Ed. Porrúa, S.A., 2021.

RODRÍGUEZ, Ignacio. **Compendio de sociedades mercantiles**. 6ª ed. Madrid, España: Ed. Civitas, 2018.

SÁNCHEZ CALERO, Juan. **Derecho de sociedades**. 10ª ed. Madrid, España: Ed. Tecnos, 2017.

SERRANO, Miguel Ángel. **Aspectos jurídicos de los oligopolios en América Latina**. 2ª ed. Buenos Aires, Argentina: Ed. Abeledo-Perrot, 2016.

Legislación:

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

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