

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



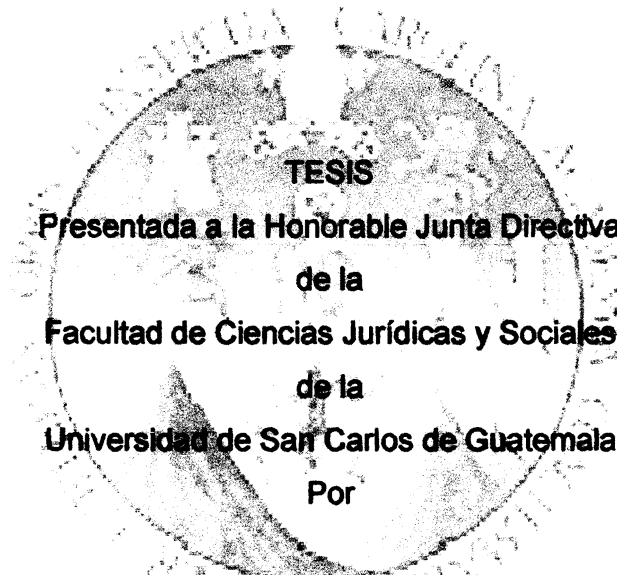
**COMERCIO ELECTRÓNICO. EFECTOS DE LA LEGISLACIÓN TRIBUTARIA EN LA
ACTIVIDAD EMPRESARIAL GUATEMALTECA**

OMAR MAURICIO HERRERA CIFUENTES

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2010.

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

**COMERCIO ELECTRÓNICO. EFECTOS DE LA LEGISLACIÓN TRIBUTARIA EN LA
ACTIVIDAD EMPRESARIAL GUATEMALTECA**



OMAR MAURICIO HERRERA CIFUENTES

Previo a conferírsele el grado académico de

LICENCIADO

EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

y los títulos profesionales de

ABOGADO Y NOTARIO

Guatemala, noviembre de 2010

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



DECANO:	Lic. Bonerge Amilcar Mejía Orellana
VOCAL I:	Lic. César Landelino Franco López
VOCAL II:	Lic. Gustavo Bonilla
VOCAL III:	Lic. Luís Fernando López Díaz
VOCAL IV:	Br. Mario Estuardo León Alegría
VOCAL V:	Br. Luís Gustavo Ciriaiz Estrada
SECRETARIO:	Lic. Avidán Ortiz Orellana

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

PRIMERA FASE:

Presidente:	Licda. Berta Aracely Ortiz Robles
Vocal I:	Lic. Héctor Ricardo Echeverría Mendez
Secretario:	Licda. María del Carmen Mansilla Girón

SEGUNDA FASE:

Presidente:	Lic. Rolando Segura Grajeda
Vocal I:	Licda. María Lesbia Leal Chavez
Secretario:	Licda. Rosa Herlinda Acevedo Nolasco

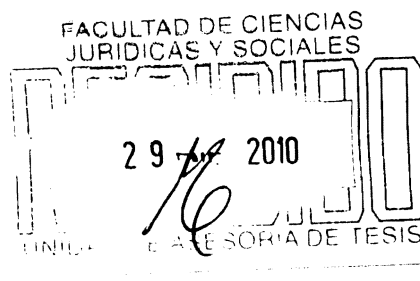
RAZÓN: "Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la tesis". (Artículo 43 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del exámen General Público).

Licenciado Otto Eduardo Irain Consuegra Cifuentes
5ª. Avenida 10-68 zona 1, Edificio Helvetia,
Cuarto nivel, oficina 406, ciudad capital
Tel: 2253-555



Guatemala 29 de enero del año 2010

Licenciado
Marco Tulio Castillo Lutín
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Ciudad Universitaria.



Estimado Licenciado Castillo Lutín:

De conformidad con el nombramiento emitido por la Unidad de Asesoría de Tesis de fecha veinte de agosto del año dos mil nueve, me permito informar a usted que revisé el trabajo de tesis del estudiante **OMAR MAURICIO HERRERA CIFUENTES**, titulado **“Comercio Electrónico. Efectos de la legislación tributaria en la actividad empresarial guatemalteca.**

El estudiante Omar Mauricio Herrera Cifuentes en su trabajo de tesis, enfoca con propiedad lo referente a la necesidad que el Congreso de la República de Guatemala apruebe una ley en materia tributaria con el objetivo que las empresas que realicen negociaciones por medio de internet, se les imponga la obligación de pagar un tributo al estado por la transacción efectuada y con ello beneficiar a la población en cuanto al desarrollo económico. El tema es abordado en forma sistemática de fácil comprensión y didáctica, antecedentes, definiciones y fundamento legal, conclusiones y recomendaciones; lo que hace de este trabajo un documento de consulta y utilidad a quien esa clase de información necesite.

Al trabajo de tesis se le hicieron recomendaciones, las cuales fueron atendidas por el estudiante Omar Mauricio Herrera Cifuentes. Así mismo el autor aportó al trabajo sus propias opiniones; la redacción y la bibliografía son adecuadas.

Es por lo antes mencionado, que considero que el trabajo de investigación llenó los requisitos necesario exigidos en el artículo 32 del normativo para la elaboración de tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Exámen General Público, que la metodología y técnicas de investigación utilizadas, la redacción y las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía



son adecuadas y reflejan una respuesta lógica y satisfactoria al final de la investigación, por lo que emito **OPINION FAVORABLE**, debiéndose nombrar revisor para la prosecución del trabajo de tesis.

Sin otro particular, me suscribo de usted, con muestras de consideración y respeto,

Deferentemente.

Licenciado Otto Eduardo Irain Consuegra Cifuentes
Abogado y Notario
Colegiado: 4811

Otto Eduardo Irain
Consuegra Cifuentes
ABOGADO Y NOTARIO

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES


Ciudad Universitaria, Zona 12



UNIDAD ASESORÍA DE TESIS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, veintidós de febrero de dos mil diez.

Atentamente, pase al (a la) LICENCIADO (A) OLGA LILIA MONGE, para que proceda a revisar el trabajo de tesis del (de la) estudiante OMAR MAURICIO HERRERA CIFUENTES. Intitulado: "COMERCIO ELECTRÓNICO. EFECTOS DE LA LEGISLACIÓN TRIBUTARIA EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL GUATEMALTECA".

Me permito hacer de su conocimiento que está facultado (a) para realizar las modificaciones de forma y fondo que tengan por objeto mejorar la investigación, asimismo, del título de trabajo de tesis. En el dictamen correspondiente debe hacer constar el contenido del Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, el cual dice: "Tanto el asesor como el revisor de tesis, harán constar en los dictámenes correspondientes, su opinión respecto del contenido científico y técnico de la tesis, la metodología y técnicas de investigación utilizadas, la redacción, los cuadros estadísticos si fueren necesarios, la contribución científica de la misma, las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía utilizada, si aprueban o desaprueban el trabajo de investigación y otras consideraciones que estimen pertinentes".


LIC. MARCO TULLIO CASTILLO LUTÍN
JEFE DE LA UNIDAD ASESORÍA DE TESIS

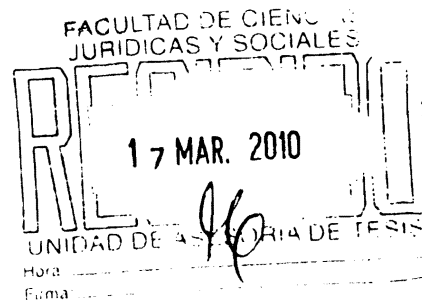
cc Unidad de Tesis
MTCL:slh.



Licenciada Olga Lilia Monge Flores
14 calle 6-12 zona 1, Cuarto nivel, oficina 407,
Edificio Valenzuela, ciudad capital
Tel: 22325184

Guatemala 17 de marzo del año 2010

Licenciado
Marco Tulio Castillo Lutín
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Ciudad Universitaria.



Respetable Licenciado Lutín:

De manera atenta me dirijo a usted en cumplimiento a la disposición de fecha veintidós de febrero del presente año, en la cual se me designó como Revisora del trabajo de tesis del estudiante **OMAR MAURICIO HERRERA CIFUENTES**, titulado “**Comercio Electrónico. Efectos de la legislación tributaria en la actividad empresarial guatemalteca**”, y que por este acto me permito formular el siguiente:

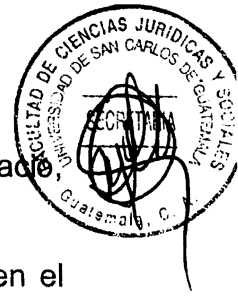
DICTAMEN

He realizado la revisión de la investigación y en su oportunidad he sugerido algunas correcciones de tipo gramatical y de redacción, que consideré en su momento necesarias, para mejor comprensión del tema que se desarrolla.

En relación al contenido científico y técnico de la tesis, abarca las etapas del conocimiento científico, el planteamiento del problema jurídico social de actualidad, la recolección de la información realizada por el estudiante Omar Mauricio Herrera Cifuentes, fue de gran apoyo en su investigación ya que el material es considerablemente efectivo.

La estructura formal de la tesis realizada en una secuencia lógica para un buen entendimiento así como la utilización de los métodos deductivo, inductivo, analítico, sintético y la utilización de la técnica de investigación bibliográfica que comprueba que se hizo la recolección de bibliografía actualizada.

Las conclusiones y recomendaciones fueron redactadas en forma clara y sencilla para esclarecer el fondo de la tesis en consecuencia con el tema investigado. En tal sentido



el contenido del trabajo de tesis me parece muy interesante y en medida de espacio conocimiento e investigación ha estado apegado a las pretensiones del autor.

En virtud cumpliendo con los requisitos establecidos de forma y fondo exigidos en el artículo 32 del Normativo para la elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Exámen General Público, de lo anterior emito **DICTAMEN FAVORABLE**, a la investigación realizada por el estudiante Omar Mauricio Herrera Cifuentes por lo que puede someterse a su discusión y aprobación.

Sin otro particular, me suscribo de usted, atentamente.

Olga Monge
Olga Lilia Monge
ABOGADA Y NOTARIO

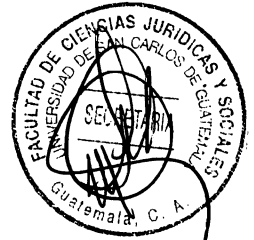
Licenciada Olga Lilia Monge Flores
Abogada y Notaria
Colegiada 2378
Tel: 22325184

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES

Ciudad Universitaria, zona 12
Guatemala, C. A.

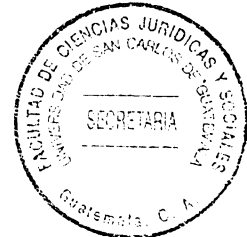
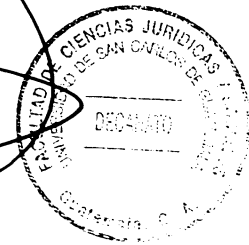


DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.

Guatemala, once de octubre del año dos mil diez.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la Impresión del trabajo de Tesis del (de la) estudiante OMAR MAURICIO HERRERA CIFUENTES, Titulado COMERCIO ELECTRÓNICO. EFECTOS DE LA LEGISLACIÓN TRIBUTARIA EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL GUATEMALTECA. Artículos 31, 33 y 34 del Normativo para la elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.-

MTCL/sllh





DEDICATORIA

A MI PADRE CELESTIAL:

Por concederme la vida, colmándome de favores y misericordias en todo tiempo.

A MI ESPOSA E HIJOS:

Personajes que me inspiran en hacer lo que hago. Michelle eres uno de esos favores que Dios me ha otorgado. Miguelito y mi próximo hijo(a) en nacer, son un regalo y un porcentaje más de felicidad en mi vida.

A MI PADRE TERRENAL:

Que sin su ayuda no hubiese podido llegar a estas instancias, agradezco por enseñarme con su ejemplo que no importan las vicisitudes, obstáculos o pruebas que puedan acontecer en la vida del ser humano, siempre podemos levantarnos y seguir adelante.

A MI ABUELITA Y MADRE:

Que en paz descansa su alma, gracias por haberme brindado tanto amor, el mismo que una madre ofrece a un hijo. Este logro también es tuyo Tita.

A MIS MAMÁS Y A MI SUEGRO:

a) America Yolanda Cifuentes Ruano, (por ser la persona que el Creador utilizó para engendrarme) b) Julia Esperanza Herrera Barrios (Al igual que mi abuelita me ha manifestado un amor genuino y por ser la persona que influyó en la decisión de seguir esta carrera) c) Magdalena Isabel Herrera Barrios (Porque en muchos años me proporcionó su apoyo incondicional) d) Telma Ester Escobar Aguilar y e) Norman Reynaldo Sandoval (Personas que aprecio mucho ya que en los momentos más difíciles de mi vida han estado allí presentes).

A TODA MI FAMILIA

Con mucho cariño, incluyendo a los parientes de mi esposa y a todas mis generaciones venideras



A: Mis mentores Licenciada Irma Yolanda Paiz Lemus de Moldauer, Licenciada Evelin Cabrera, Licenciado Juan Antonio Martínez Rodríguez, Licenciado Edgar Armindo Ayala Castillo, señora Julia Esperanza Herrera Barrios y Licenciado René Raúl Muñoz García (un millón de gracias por sus enseñanzas y regaños que han influido positivamente mi vida).

A: Mis compañeros, amigos y hermanos de la iglesia, les agradezco por su amistad y por todas esas oraciones que indudablemente han afectado mis proyectos.

A: Mi comandante Carlos Enrique, que en paz descanse su alma, por la disciplina, principios y valores que me inculcó en la infancia.

A: Mis catedráticos de la universidad de San Carlos de Guatemala por el conocimiento impartido.

A: La Universidad de San Carlos de Guatemala, en especial a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.



ÍNDICE

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

CAPÍTULO I

1. Comercio electrónico y su desarrollo en la actividad empresarial.....	1
1.1. Clases de comercio.....	1
1.2. Importancia del comercio electrónico.....	2
1.3. Clases de comercio electrónico.....	3
1.4. Crecimiento del mercado.....	4
1.5. Contratos electrónicos.....	8
1.6. La contratación electrónica a través del intercambio electrónico de datos.....	12
1.7. Sujetos del comercio electrónico.....	15
1.8. Comercio electrónico de bienes y/o servicios entregados de forma electrónica.....	16
1.9. Comercio electrónico de bienes y/o servicios entregados por medios no electrónicos.....	18

CAPÍTULO II

2. Jurisprudencia del comercio electrónico internacional.....	21
2.1. Legislación Argentina.....	21
2.2. Legislación Mexicana.....	23
2.3. Legislación Americana.....	26
2.3. Legislación Europea (España).....	31
2.4. Legislación Chilena.....	34
2.5. Legislación Guatemalteca.....	42

CAPÍTULO III

3. Regulación jurídica de negocios.....	55
3.1. Definición.....	55



3.2.	Regulación necesaria.....	55
3.3.	Cuestiones legales, políticas y sociales.....	56
3.4.	Como evitar problemas legales.....	57
3.5.	Jurisdicción en internet.....	59
3.6.	Problemática legal del comercio electrónico.....	61
3.7.	Uniformidad mundial en la legislación jurídica del comercio electrónico.....	66
3.8.	Patente de comercio y comercio electrónico.....	67

CAPÍTULO IV

4.	Efectos de la regulación jurídica y tributación del comercio electrónico en Guatemala.....	69
4.1.	Efectos.....	69
4.2.	Ventajas de la regulación del comercio electrónico.....	69
4.3.	Panorama general del mercado del comercio electrónico.....	71
4.4.	Seguridad en el comercio electrónico.....	71
4.5.	Particularidades tributarias relativas al comercio electrónico.....	72
4.6.	Problemas básicos de la tributación del comercio electrónico.....	74
4.7.	Principios básicos de la tributación del comercio electrónico.....	76
4.8.	Comercio electrónico e imposición en Guatemala.....	80
	CONCLUSIONES.....	83
	RECOMENDACIONES.....	85
	BIBLIOGRAFIA.....	87



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación surge por la necesidad de buscar un mecanismo que coadyuve al Estado de Guatemala a recaudar impuestos de una forma más práctica y eficaz, debido a que cada año es menor la cantidad que se recolecta.

Es el objetivo principal de la investigación, el llamar la atención sobre algunos tópicos que han sido tratados con suma ligereza por parte de los distintos organismos internacionales que generan líneas de pensamiento y acción, y que son considerados por los gobernantes a la hora de ejercer sus potestades regulativas.

La implementación de la regulación jurídica del comercio electrónico en la actividad empresarial guatemalteca tendrá como consecuencia una mayor seguridad, confiabilidad y responsabilidad en las partes involucradas.

El comercio electrónico es de suma importancia para las economías, porque hace que crezcan las exportaciones, por lo cual, es claro que no puede detenerse el mismo, en consecuencia muchos seguirán importando y otros seguirán exportando. También puede realizarse el comercio electrónico dentro de un mismo Estado, por ejemplo dentro de Guatemala hace sólo algunos años apareció el comercio electrónico el cual es de mucha importancia para las empresas y para las economías, en tal sentido se espera que se dediquen al mismo interminables estudios para que se difunda este tema como es por cierto el comercio electrónico, ya que sólo de esta manera se conocerá el mismo por mayor cantidad de personas no sólo en el Gobierno de Guatemala, sino también, en el extranjero, por lo cual se debe dejar constancia que mientras algunas personas sólo revisan Internet para revisar su correo electrónico es claro que otros aprovechan otras ventajas de la misma realizando transacciones comerciales con empresarios o particulares de otras ciudades, departamentos, regiones, países o continentes, por lo cual es claro que la gama de posibilidades aumenta, en tal sentido se debe sacar provecho a Internet realizando contratos de comercio electrónico, siendo el principal contrato la compraventa electrónica, pero no es el único, porque pueden celebrarse otros contratos electrónicos como por ejemplo el suministro electrónico o dicho de otra manera el suministro a través de medios electrónicos.

La investigación versa sobre los capítulos referentes a comercio electrónico y su desarrollo en la actividad empresarial, haciendo alusión a que debido a la globalización mundial, los diversos entes comerciales han creado nuevas estrategias de mercado para lograr una importante posición competitiva; jurisprudencia del comercio electrónico internacional, son varios países de América Latina que ya cuentan con una legislación aplicada al comercio electrónico, siendo actualmente países más productivos a causa de la implementación de este sistema; regulación jurídica de negocios, debido a que internet crea una aldea global sin que existan leyes globales, por lo tanto se deben crear plazos y condiciones en línea que amolden a las leyes de todos los países en la negociaciones electrónicas; efectos de la regulación jurídica y tributación del comercio electrónico en Guatemala, las autoridades deben prever que el comercio electrónico no socave la capacidad del Gobierno para recaudar los ingresos públicos vía tributación. Así mismo, los principios de tributación que rigen a los gobiernos en relación con el comercio tradicional se debe adecuar para su aplicación a esta nueva vía de comercialización.

En la investigación se utilizan los métodos deductivo, inductivo, analítico, sintético y la técnica de investigación bibliográfica.

Por lo tanto se espera que el presente trabajo de investigación pueda ser de mucha utilidad para estudiantes, profesores e inclusive para personeros del Gobierno que estén interesados grandemente en este tema del comercio electrónico que ya no se puede decir que es un concepto del futuro sino eminentemente del presente y que la siguiente generación sin duda hará uso en un cien por ciento debido a que paulatinamente vemos que la mano de obra en las empresas queda cada vez más relegada por la tecnología.



CAPÍTULO I

1. Comercio electrónico y su desarrollo en la actividad empresarial

El comercio electrónico es una herramienta que se ha desarrollado en gran manera en la actividad empresarial, ya que muchas de estas utilizan este medio para realizar transacciones comerciales, logrando con ello una negociación más efectiva y certera.

1.1. Clases de comercio.

Conviene en este estudio desarrollar las clases de comercio para tener sólidos conocimientos de comercio electrónico, el cual es el tema objeto de la presente investigación, y en este orden de ideas es claro que amerita mucho estudio por parte de los tratadistas, no sólo del derecho Guatemalteco, sino también, del derecho extranjero y por supuesto del derecho comparado, por lo cual podemos afirmar sin mas preámbulos que el comercio es de dos clases:

El comercio electrónico, es el comercio celebrado por medios electrónicos como por ejemplo: por Internet o por medio de correo electrónico, mientras que el comercio no electrónico, es el celebrado cuando las personas compran directamente en las tiendas o por catálogo. Por lo cual de estos dos el único que se analizará en este estudio será el primero, es sólo estudiaremos el comercio electrónico y por lo tanto, no estudiaremos el comercio no electrónico.

Existe otra clasificación del comercio, que es el comercio nacional, comercio extranjero y comercio internacional, la cual desarrollaremos a continuación para tener conocimiento amplio sobre las clases de comercio y de esta forma podamos conocer más el derecho empresarial y derecho corporativo al igual que el comercio electrónico.

A. Comercio electrónico y comercio internacional: El comercio electrónico tiene que ver mucho con el comercio internacional, por lo cual es claro que deben estudiarse juntos, ya que cuando se realiza o practica el comercio electrónico puede realizarse en algunos



casos el comercio internacional, por ejemplo cuando alguien en Guatemala lanza una página Web y en Perú, Bolivia, Argentina, Colombia, Paraguay, Uruguay, Venezuela, Costa Rica, Ecuador, u otros países se adquiere el bien ofertado. Por lo cual en estos casos indicados se está ante supuestos de comercio internacional celebrado por medios electrónicos o dicho de otra forma estamos ante supuestos de comercio electrónico internacional. El comercio electrónico debe poner énfasis en el comercio internacional, porque de esta forma aumentan las exportaciones, en tal sentido si un país exporta mas de lo que importa las cosas van por buen camino, pero si un país importa mas de lo que exporta las cosas van por mal camino, por lo cual es claro que debemos estar alertas para controlar tanto las exportaciones como las importaciones, en tal sentido es claro que la SAT, tiene una misión bastante importante para la economía, ya que gracias a las exportaciones el país progresa, mientras que las importaciones hacen que el país empeore, pero algunos casos esto no ocurre por ejemplo cuando se importa maquinaria, es decir, en estos casos las importaciones si convienen al país en el cual se realiza importaciones, pero no cuando se compra otro tipo de productos.

1.2. Importancia del comercio electrónico

A. Para las economías: El comercio electrónico es bastante importante para las economías, por lo cual recomendamos su estudio, en un mercado como el actual, el cual cada vez es mas globalizado y en el cual existe cada vez mas competencia, por lo cual es claro que si un abogado de empresa y un abogado corporativo no conocen estos temas es claro que puede ser inducido a error con información desactualizada, la cual lo que hará será causar muchos malestares a las inversiones”.¹ Es necesario dejar constancia que las economías son de varios tipos entre las cuales destacan las locales, distritales, departamentales, regionales, nacionales, extranjeras, continentales e internacionales, por lo cual debemos dejar constancia que el comercio estudiado como

¹ VAZQUEZ IRUZUBIETA CARLOS, *Comercio electrónico, firma electrónica y servidores*, pág. 18



es por cierto el comercio electrónico lo que hace es hacer crecer todas ellas y mas aun cuando la oferta la realiza la economía estudiada, que en el mejor de los casos será Guatemalteca.

B. Para las exportaciones: El comercio electrónico tiene abundante importancia para las exportaciones porque hace que los países exportadores crezcan en la parte referida a su economía, por lo cual es claro que puede ser ilimitada, salvo que se tenga como tope la producción nacional. Es decir, toda exportación hace que la economía nacional crezca, al igual que las empresas exportadoras, porque hace que se tenga acceso a otros mercados, los cuales son mercados internacionales.

C. Para las importaciones: El comercio electrónico tiene ventajas para las importaciones porque se puede importar materia prima o maquinaria u otros bienes que se pueden utilizar o vender, en tal sentido es claro que la gama de posibilidades aumenta en el mercado, por lo cual amerita los estudios correspondientes. En tal sentido es claro que se tiene una mayor cantidad de productos con la posibilidad de adquirirlos, por lo vital la utilización de la importación en Internet, pero claro está de manera limitada, ya que en los diferentes países las exportaciones deben ser mayores que las importaciones, es decir, las cosas van bien si un país exporta mas de lo que importa, pero las cosas van mal si un país exporta menos de lo que importa, o dicho de otra forma las cosas van mal si un país importa mas de lo que exporta. Sin embargo, frente a una exportación existe una importación, por lo cual es claro que no se puede entender el comercio electrónico si no se conocen ambos términos económico-jurídicos antes mencionados.

1.3. Clases de comercio electrónico

El comercio electrónico es de tres clases que son las siguientes: comercio electrónico nacional, comercio electrónico extranjero y comercio electrónico internacional.

A. Nacional: El comercio electrónico nacional es el comercio electrónico que se realiza dentro de un estado, es decir, cuando la oferta y la demanda se ubican en un solo



estado, por ejemplo para los guatemaltecos es comercio electrónico de este tipo el que se realiza en Perú, de oferta y demanda Guatemalteca.

B. Extranjero: El comercio electrónico extranjero es el comercio electrónico que se lleva a cabo fuera de un estado, en tal sentido, es cuando la oferta y la demanda se ubican fuera de un estado. Por ejemplo para los guatemaltecos el comercio electrónico de este tipo es el que se lleva a cabo en Alemania, Italia, Francia, Japón, China, Estados Unidos de Norteamérica, Bolivia, Brasil, Colombia, Venezuela, Paraguay, Uruguay, Argentina, Chile, entre otros estados. Pero todos estos dentro de un determinado estado, por ejemplo si se lleva a cabo entre dos estados es claro no estamos ante un supuesto de comercio electrónico extranjero, sino ante uno de comercio electrónico internacional, el cual desarrollaremos a continuación.

C. Internacional: Dentro del comercio electrónico el mas importante y estudiado es por supuesto el comercio electrónico internacional, el cual se realiza entre personas ubicadas en diferentes estados, por ejemplo cuando el la oferta se ubica en España y la demanda en Perú, o cuando la oferta se ubica en Guatemala y la demanda en Estados Unidos de Norteamérica, o cuando la oferta se ubica en tres estados y la demanda se ubica en otros cinco estados.

1.4. Crecimiento del mercado

El comercio electrónico está cambiando notablemente la manera de hacer negocios en todo el mundo, beneficiando tanto a las empresas como a los consumidores.

Las redes electrónicas de intercambio de información no son nuevas. Hasta hace muy poco todas ellas tenían carácter privado y eran establecidas por grandes empresas. Los altos costos de establecimiento y mantenimiento provocaban que las pequeñas y medianas empresas no pudieran obtener los beneficios generados por este tipo de intercambio, dejándolas en una posición más retrasada en el mercado.



Pero el impresionante desarrollo que internet ha tenido durante los últimos años ha provocado un cambio radical en esta situación, reduciendo de manera drástica tales costos. Así, ahora no sólo es más barato el realizar este tipo de transacciones, sino que, al existir una plataforma homogénea, también resulta mucha más fácil.

De este modo, y aunque el volumen del dinero movido por las transacciones electrónicas es todavía relativamente pequeño comparado con el total de la economía, las tasas de crecimiento alcanzadas y estimadas son impresionantes.

Más significativo incluso que la cantidad de dinero manejada por el comercio electrónico, es la cantidad de nuevas empresas y puestos de trabajo que este tipo de transacciones está generando, dado el esfuerzo que las compañías están haciendo para adaptarse a esta nueva tendencia de la economía.

El comercio electrónico hace que el mercado crezca, en tal sentido si una empresa no se orienta al mismo es claro que tendrá acceso a un mercado muy reducido, por lo cual nos corresponde en esta estudio recomendar a las empresas a orientarse al comercio electrónico porque se tiene acceso a nuevos mercados o dicho de otra forma el mercado crece, es decir, existe un considerable crecimiento del mercado en un país cada vez mas competitivo como es el Gobierno de Guatemala. Por ejemplo se puede tener acceso a mercados internacionales con el comercio electrónico, e incluso intercontinentales, porque el comercio electrónico se puede realizar de personas ubicadas en diferentes países y en diferentes continentes. "Es decir, los abogados de empresa y los abogados corporativos deben recomendar a los empresarios que se tenga acceso a mercados internacionales a través del comercio electrónico, porque de esta manera existe un crecimiento del mercado, y si no se tiene acceso al primero es claro que será difícil que se tenga acceso al mismo".²

A. Ventajas del comercio electrónico tiene ventajas para los vendedores: El comercio electrónico tiene ventajas para los vendedores, las cuales deben ser materia de estudio

² RIBAS ALEJANDRO, JAVIER, *Aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico en Internet*, pág. 48



por parte de los tratadistas, las cuales por supuesto estudiaremos en este trabajo en la continuación:

- a. Que se borran las barreras entre países.
- b. Que se tiene acceso a mercados internacionales.
- c. Que no hace falta un local en un lugar céntrico, sino que las ventas se realizan por mercado electrónico con una Web y el envío físico posterior del vendedor al comprador.
- d. Que se reduce considerablemente la cantidad de trabajadores de las empresas, por que en muchos casos no tiene local abierto al público, sino que trabajan a puerta cerrada.
- e. Que los mercados son más amplios.
- f. Que la cantidad de demanda es ilimitada.
- j. Que la demanda es 24 horas del día, los 365 días del año.
- h. Que los precios pueden aumentar porque los compradores no viajarán a otra ciudad o país a elegir el bien a comprar.

B. Ventajas para los compradores: Las ventajas para los compradores son las siguientes:

- a. Que se tiene acceso a casi toda clase de bienes y servicios.
- b. Que sin mucho problema se puede conseguir un buen precio.
- c. Que no es necesario realizar un viaje para comprar bienes del extranjero.
- d. Que se reducen los costos de transacción, reduciéndose por tanto, los costos de negociación, costos de información, entre otro tipo de costos.
- e. Que los bienes en muchos casos pueden tener menor precio que si se viaja a otro país a comprar el producto.
- f. Que no es necesario caminar tanto para adquirir algunos productos, sino que casi todo se hace por Internet.

C. Desventajas para los vendedores: Las desventajas para los vendedores son las siguientes:

- a. Que existe mucha competencia
- b. Que existe riesgo de pérdida de mercadería en el envío.



D. Desventajas para los compradores: Las desventajas para los compradores son las siguientes:

- a. Que existe demasiada información y se hace difícil elegir el producto.**
- b. Que existe riesgo de estafas, por parte de empresas que nunca envían los bienes adquiridos.**
- c. Que no hay oportunidad para negociar el precio u otras condiciones.**

E. Un mercado con comercio electrónico: Un mercado con comercio electrónico es un mercado en el cual abundan los bienes y servicios de otras ciudades, departamentos, regiones, países y continentes, de tal forma que conviene el comercio indicado al inicio, que es el estudiado en este estudio, es decir, con éste la frecuencia de contratación se incrementa y todos pueden tener acceso a toda clase de bienes y servicios e incluso podemos hablar de la globalización. Un mercado con comercio electrónico es un mercado más ágil, por lo cual la cantidad de operaciones comerciales es mayor y siempre tiende al crecimiento, por lo cual es claro que debemos incentivar la celebración de contratos electrónicos.

Sin embargo, pocos conocen las ventajas del comercio electrónico, por lo cual somos del criterio que debe difundirse el mismo, para tener sólidos conocimientos sobre este tema y que el mismo sea conocido por mas personas no sólo del Gobierno de Guatemala, sino también del extranjero, para competir no sólo en mercados nacionales, sino también en mercados extranjeros y por supuesto en mercados internacionales. Es decir, con mayor número de exportaciones a consecuencia del comercio electrónico se tiende al crecimiento económico, por parte de los países que realizan exportaciones, en tal sentido si un país exporta es claro que como es obvio debe tender al crecimiento.

El comercio electrónico hace que se incrementen los puestos de trabajo de las empresas que se dedican al mismo, por lo cual si una empresa se dedica al referido es claro que los puestos de trabajo se multiplicarán, sin embargo, muchas oportunidades para no recargar la planilla se contrata bajo la modalidad de prestación de servicios, el cual por cierto es un contrato civil y no un contrato laboral, por lo cual se rige por el



código civil Guatemalteco de 1984 y no por la frondosa legislación laboral Guatemalteca.

F. Un mercado sin comercio electrónico: Un mercado sin comercio electrónico es un mercado en el cual no abundan en muchos casos las exportaciones ni las importaciones, ni comercio entre ausentes, por lo cual es claro que las operaciones comerciales son mas lentas, de tal forma que los mercados ni las empresas no son muy competitivos, por lo cual es fácil que otras empresas que se dedican al comercio electrónico puedan hacerles competencia o dicho de otra forma quitarles parte del mercado, el cual es tan ansiado por las empresas, que se dedican al mercado nacional, extranjero e internacional. Sin comercio electrónico los puestos de trabajo no se incrementan, de lo cual debemos dejar constancia para un estudio mas detallado por parte de los tratadistas.

1.5. Contratos electrónicos

Los contratos electrónicos son los contratos celebrados a través de medios electrónicos, por ejemplo si contratamos con una universidad para estudiar una maestría o un doctorado en la misma, es claro que estamos ante un contrato de este tipo, es decir, en este caso estamos ante un contrato electrónico. Los contratos electrónicos se celebran poco en el gobierno Guatemalteco, cuando la oferta y la demanda se encuentran ambas en el mismo. Sin embargo, cuando la demanda se encuentra en el referido, es claro que si se celebran contratos en forma bastante continua. Sin embargo, ya en estos tiempos se viene celebrando algunos contratos electrónicos, los cuales han servido para mejorar la economía guatemalteca, dejando constancia que el derecho regula a la misma, es decir, el derecho regula a la economía, por lo cual los legisladores además de ser abogados deben tener conocimiento y estudios de economía. Otro supuesto de contratos electrónicos es cuando se celebra un contrato de compraventa de un libro, revista, software, computadora, zapatos, ropa, vehículos, comida, entre otros bienes. Por lo cual debemos estudiar la importancia de estos contratos.



A. Importancia: Tienen mucha validez en la economía, ya que hacen que se incremente la recaudación tributaria, puestos de trabajo, ventas y número de empresas, en tal sentido con contratos electrónicos es claro que se incentiva el desarrollo de las diferentes actividades. Por lo cual podemos afirmar que se debe incentivar la celebración de estos contratos no sólo en el derecho Guatemalteco, sino también por supuesto en el derecho extranjero y en el derecho internacional, ya que existen en muchos casos contratos electrónicos internacionales, por ejemplo cuando el vendedor se ubica en España, mientras que los compradores en El Salvador, Honduras, Chile, Argentina, Ecuador, Venezuela, Costa Rica, Paraguay, entre otros países, por lo cual se debe dejar constancia que con contratos electrónicos se tiende al crecimiento económico, y sin contratos de este tipo se reprime el referido, por tanto, los legisladores deben tomar medidas serias para incentivar su celebración, todo lo cual debe ser desarrollado no sólo en la legislación, que por cierto es una de las fuentes del derecho, sino también por otras, como por ejemplo por la jurisprudencia, ejecutorias, principios generales del derecho, principios jurídicos especiales de cada rama del derecho, costumbre, doctrina, entre otras. Es decir, estas no son todas las fuentes del derecho, sino que las citamos para tener una visión panorámica de las mismas y de esta forma poder comprender el derecho Guatemalteco.

B. No todos tienen acceso a internet: En el derecho Guatemalteco no todos tienen acceso a Internet, por ejemplo en casi todas las comunidades campesinas del Gobierno de Guatemala no existen cabinas electrónicas, por lo cual es claro que en las mismas no existe comercio electrónico y en este orden de ideas es claro que hace falta intervención estatal para implementar cabinas de Internet en dichos lugares para que se empiece a trabajar con el comercio electrónico con abundantes exportaciones de sus productos como verduras y otros frutos y algunas importaciones, sobre todo de maquinaria, es decir, no todo el Gobierno de Guatemala tiene Internet, sino sólo algunos lugares o ciudades, por lo cual esperamos que en el corto plazo se implemente



políticas de gobierno para que todos tengan acceso a Internet y en consecuencia al comercio electrónico. Esta ausencia de comercio electrónico causa muchos malestares en el derecho Guatemalteco, por tanto, esperamos que los gobernantes pongan fin a esta injusticia, ya que todos tienen derecho a las comunicaciones y se debe brindar facilidades a la contratación, en consecuencia es claro que el ministerio implicado serían principalmente el ministerio de transportes y comunicaciones, por ello esperamos que se ponga fin a este problema, el cual hace que existe abundante pobreza en el Gobierno de Guatemala.

C. La falta de comercio electrónico causa pobreza: La falta de comercio electrónico causa pobreza en algunas ciudades del Gobierno de Guatemala, por lo cual esperamos que se ponga fin a este problema, el cual causa tantos problemas al derecho Guatemalteco, en el cual existe muchos productos exportables, pero muy escaso acceso a comercio electrónico, es decir, este último trae muchos beneficios, como es por ejemplo acceso a otros mercados, en los cuales puedan negociarse productos agrícolas de comunidades campesinas y empresas comunales, por lo cual esperamos que se implemente el referido para poner fin a la pobreza existen en algunas comunidades del Gobierno de Guatemala. Es decir, el estudiado no llega a todas las ciudades, por ello es que existen muchos pueblos que no tienen Internet y en este orden existen muchos de estos que no tienen acceso a mercados internacionales, los cuales son bastante importantes para la economía.

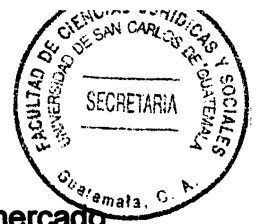
D. La existencia de comercio electrónico causa riqueza: La existencia de comercio electrónico causa riqueza en algunas ciudades del Gobierno de Guatemala, al igual que en el extranjero, por ejemplo en Lima, España y Estados Unidos de Norteamérica, entre otros, existe abundante inversión gracias al comercio electrónico, el cual no conoce barreras entre estados, sino que lo considera a todo el mundo como una aldea global, en la cual está permitido el intercambio de bienes y servicios y en este orden de ideas es claro que podemos invertir con el referido y sin el mismo no podemos invertir con facilidades, por ello las personas que tienen acceso a Internet tienen mayor propensión al desarrollo, mientras que ocurre lo contrario con ciudades y personas que no tienen



acceso a la misma y de esta forma podemos demostrar que el gobierno debe dedicarse a poblar el territorio Guatemalteco alejado con cabinas de Internet, por ello es que esperamos en un futuro se convierta en un lugar atractivo para el comercio electrónico. Con lo cual se logrará alcanzar mayor crecimiento económico y desarrollo, el cual es tan ansiado por parte de los economistas y de otros profesionales. En algunas otras ciudades se ha aprovechado considerablemente el comercio electrónico para que las empresas crezcan y de esta manera burlar a la competencia interna, la cual por cierto ya no puede competir sólo en el mercado nacional, sino también en el mercado internacional, en el cual existe menos competencia o dicho de otra forma los precios son más altos y en todo caso se ofrece otro tipo de servicios, por lo cual esperamos que en un futuro en Guatemala se aproveche el comercio electrónico para crear riqueza.

E. El truco está en vender a través del mercado electrónico: El truco está en vender a través del mercado electrónico, por lo cual esperamos que en el estado se aperturen tiendas virtuales para poder competir con el extranjero, ya que en este último abundan las mencionadas, con lo cual los costos se reducen pero aumentan o se incrementan las ventas, de tal forma que se aproveche la experiencia de otras ciudades para el tan ansiado crecimiento económico, es decir, el truco o fondo del asunto está en vender a través del mercado de valores, con lo cual se alcanzará un crecimiento sostenido, en un mercado cada vez más competitivo, por lo cual se rechaza las opiniones en contra del comercio electrónico, ya que no toma en cuenta la realidad social de otros países y ciudades las cuales han crecido considerablemente económicamente gracias al mismo, y lo mismo ha ocurrido con sus empresas ya que a mayor crecimiento económico mayor inversión por parte de los agentes económicos.

Es decir, en otras ciudades ya es costumbre comprar a través del mercado electrónico, el cual causa muchos beneficios al estado, porque se incrementa la recaudación en materia de tributos, ya que el tráfico comercial se incrementa. Por todo lo cual no queda otra salida que recomendar vender a través del mercado de valores, ya que las ventas deben ser mayores que las compras para que Guatemala pueda crecer económicamente, y en caso que ocurre lo contrario el estado se convertirá en un

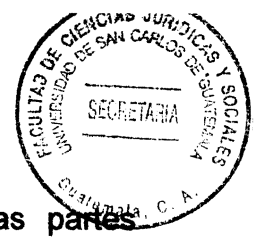


mercado del extranjero, pero no podremos convertir al extranjero en un mercado Guatemalteco, por lo cual hace falta nociones de economía, para tener sólidos conocimientos de las ventajas del comercio electrónico.

F. Enfoque económico al comercio electrónico: En los trabajos jurídicos hace falta enfoques económicos, ya que el derecho con la economía se encuentran unidos y se dividen sólo para efectos de estudio, en consecuencia es claro que hacen falta los mismos y de esta forma alcanzar el tan ansiado conocimiento global, que por cierto implica un conocimiento no sólo jurídico. Es decir, el enfoque jurídico se complementa con el económico de tal forma que se alcance enfoques globales, en un mercado como en el guatemalteco en el cual los enfoques jurídico-económicos son muy escasos e impiden comprender que los problemas jurídicos son también problemas económicos. Es decir, una fuente del derecho es la economía, por lo cual quien aspire a ser buen abogado debe tener algunas nociones de la misma y esta manera aspirar a convertirse en jurisconsulto, los cuales si dominan la economía, entre otras fuentes del derecho. En seguida efectuaremos un enfoque económico al comercio electrónico, el cual es bastante importante para comprender la incidencia económica del mismo y en este orden de ideas es claro que sin el mismo no podrá comprenderse el problema. Es decir, el fondo del asunto está en aumentar las exportaciones a través del comercio electrónico, por lo cual recomendamos a empresarios y a administradores de empresas que orienten sus empresas hacia el mismo para alcanzar el crecimiento económico el cual es difícil de alcanzar pero no es imposible, en tal sentido esperamos que se conozcan mas estos temas por parte del gobierno que lo que busca son exportaciones para que de esta forma se mejore el mercado Guatemalteco, al igual que las empresas Guatemaltecas por colocar sus productos en mercados internacionales a través del tan ansiado crecimiento económico fruto del comercio electrónico.

1.6. La contratación a través del intercambio electrónico de datos:

El intercambio electrónico de datos (Electronic Data Interchange) es una de las primeras manifestaciones de comercio electrónico a través de medios telemáticos. "Comprende el intercambio de información comercial entre computadoras conectadas



entre sí bajo una misma red, es decir, una Intranet o red privada. Las partes contratantes se ponen de acuerdo de forma previa para transmitir formatos estandarizados de compra, aceptación, envíos, y otros, relacionados con transacciones de compra venta”.³

En la mayoría de los contratos de este tipo, los participantes han definido de previo acuerdo los términos de las negociaciones que sostendrán, y han delimitado, también con anticipación a los hechos, las variables que se darán durante las distintas transacciones. Bastará con un software de lectura común entre las partes contratantes para que éste procese la información que se le está suministrando y proceda con la realización de las transacciones.

Como ejemplo podemos citar el de una compañía importadora y distribuidora mayorista de abarrotes, que ha negociado con todos sus clientes un contrato EDI para el manejo de las existencias, que sugiere la reposición de los inventarios cuando el software detecta la disminución de esas existencias a cantidades consideradas como sujetas de reposición.

Puede ser que el mismo software emita las órdenes de pedido, las envíe a proveeduría, emita la factura y las remita a bodega para su finiquito. Entre los clientes de esta distribuidora están cadenas de supermercados y negocios de distribución minorista.

De forma anticipada, las partes contratantes han negociado las condiciones de éstas transacciones de compra venta, por lo que no va a ser necesario que cada una de ellas tenga una aceptación. Incluso, esto aplica para el pago, donde al final de un periodo determinado, puede ser al final del día, al final de la semana o al final del mes, se emita un estado de cuenta del vendedor al comprador, que incluya un balance de las transacciones, tanto ventas como devoluciones, con el respectivo saldo que deberá ser

³ PARDINI, ANIBAL A., *Derecho de Internet*, pág. 15

cubierto por el comprador de acuerdo a lo estipulado en el contrato, por lo que no aplicaría el concepto de aceptación de la oferta igual al pago de la misma.

Es por esa razón, que a pesar de darse en un ambiente totalmente telemático, los contratos EDI no deben ser considerados como comercio electrónico, sino como contratos de compra venta tradicional, que utilizan medios telemáticos en la mayoría de los procesos de su gestión.

A. Proceso de una venta electrónica: Se puede ubicar también, una serie de etapas dentro de un proceso de venta electrónica, entre ellos:

a. **Ubicación de la oferta en línea: consistente en la colocación de la oferta dentro de una página Web utilizada por el oferente, para dar a conocer sus diferentes productos. Puede recurrir a diversas herramientas disponibles, como la ubicación de su sitio en motores de búsqueda**

b. **Proceso de selección de un pedido: a través de los diferentes catálogos o presentaciones que ubique el oferente en su sitio Web, éste guiará al comprador para que logre tomar su decisión y efectúe el pedido**

c. **Confirmación del pedido: una vez decidido el comprador sobre los bienes y/o servicios que desea adquirir, el sitio Web deberá proveerlo de una opción que le permita visualizar cuál va a ser su pedido y las condiciones del mismo. Muchos desarrolladores de páginas Web utilizan un “carro de compras”, como una clara analogía de lo que el pedido va a ser en concreto.**

d. **Recepción de datos del pago: se debe sugerir las formas de pago electrónico disponibles, recordando en todo momento que en el momento que se acepte la oferta se confecciona el pago.**

e. **Procesamiento del pago: la página Web del oferente lleva de la mano al comprador para que este de forma electrónica autorice a un procesador de tarjetas de crédito o débito a rebajar de su cuenta el monto correspondiente al pedido seleccionado y quede así perfeccionado el contrato de compra venta electrónica.**



- f. **Confirmación del pago:** simple formalidad para indicarle al comprador el monto debitado de su tarjeta de crédito o débito, el número de transacción y el número de autorización (en los casos en que procede), así como a nombre de quien deberá aparecer el débito en el estado de cuenta del comprador o el tarjeta habiente que pagó la transacción y que perfeccionó el contrato.
- g. **Emisión de la factura o comprobante de adquisición:** algunas jurisdicciones ya obligan a sus oferentes a la emisión de facturas o comprobantes que den fe de la existencia del contrato de compra venta electrónica entre las partes contratantes.
- h. **Envío o descarga de los bienes y/o servicios transados:** en el caso de las compras de bienes y/o servicios que deben ser entregados de forma electrónica, este paso permite la adquisición de los mismos y deberá contemplar la posibilidad para que el oferente pueda acceder a los archivos adquiridos, o en su defecto, que pueda proceder a descargarlos en su computador.

1.7. Sujetos del comercio electrónico

Las transacciones de comercio electrónico pueden ser efectuadas, entre los siguientes sujetos:

A. Entre empresas o Business to Business: Las empresas pueden intervenir como usuarias –compradoras o vendedoras o como proveedoras de herramientas o servicios de soporte para el comercio electrónico, instituciones financieras, proveedores de servicios de Internet, etc.

B. Entre empresa y consumidor o Business to consumers: Las empresas vendan sus productos y prestan sus servicios a través de un sitio Web a clientes que los utilizarán para su uso particular. Se define como un factor de tecnología de cambio, sin embargo, las empresas que no sean capaces de modificar su organización y sus procesos de comercialización para explotar los beneficios de esta forma de hacer comercio, no podrán sobrevivir, o bien sus beneficios serán muy limitados.

C. Entre consumidor y consumidor o consumers to consumers: Es factible que los consumidores realicen operaciones entre sí, tal es el caso de los remates en línea.

D. Entre consumidor y administración o consumers to administrations: Los ciudadanos pueden interactuar con las Administraciones Tributarias a efectos de realizar la presentación de las declaraciones juradas y/o el pago de los tributos, obtener asistencia informativa y otros servicios como se maneja actualmente en la página de la Superintendencia de Administración Tributaria SAT, en el que los contribuyentes guatemaltecos pueden hacer efectivo el pago de sus impuestos por medio de esta página de Internet.

E. Entre empresa y administración o Business to administrations: Las administraciones públicas actúan como agentes reguladores y promotores del comercio electrónico y como usuarias del mismo.

1.8. Comercio electrónico de bienes y/o servicios entregados de forma electrónica

Dentro de esta categoría se incluyen aquellos bienes y/o servicios que pueden ser digitalizados, manipulados, transferidos, enviados y almacenados vía magnética, utilizando medios telemáticos. La común descarga de cualquier tipo de archivos de texto, audio y video que implique una oferta de los mismos en una página Web y la aceptación y pago de los mismos a través de la misma página Web, hacen que esta categoría sea la que más confusión haya creado, pues algunos teóricos han dicho que comercio electrónico sólo es el que transa archivos digitales y similares, relacionados con texto, audio y video que se pueden descargar de una página Web o pueden ser enviados por correo electrónico.

Efectivamente, este tipo de bienes y servicios digitales se pueden transar por Internet, con la consecuente dificultad para poder medirlos económicamente, pues equivalen al valor que sus autores les hayan asignado.



Otra característica que presentan es la inmediatez del pago de las transacciones originadas para dar lugar al acto de comercio electrónico; su aceptación –la del acto de comercio- se dio en el mismo momento en que fue pagada y aceptada la oferta por parte del comprador, caso contrario, no hubiera podido realizar la descarga del archivo aludido y por lo tanto, no se hubiera completado el acto de comercio electrónico.

Sin entrar en detalles, es preciso clarificar el concepto de software antes de avanzar en este análisis. Se puede entender software como el conjunto de programas o aplicaciones que permiten a una computadora poder realizar sus funciones con el objetivo de obtener un resultado. Es por eso que se considera de suma importancia el software para poder ofrecer de forma electrónica bienes y servicios.

A continuación se definirá una serie de bienes y/o servicios que se pueden brindar bajo esta modalidad de contratación electrónica:

- a. **Contratos de venta de software:** consisten en la venta de archivos ejecutables para descargar software disponible en la página Web del oferente
- b. **Contratos de licencia de uso de software:** consisten en la venta de licencias para el uso de software comprado tangiblemente, o descargado de la página Web del oferente
- c. **Contratos de leasing sobre el software:** consisten en el alquiler de archivos ejecutables para utilizar software disponible en la página Web del oferente.
- d. **Contratos de licencia de uso de bases de datos:** consisten en el acceso a las bases de datos disponibles en línea para los compradores, o en la venta de las mismas vía descargas de los archivos de la página Web del oferente.
- e. **Contratos de almacenaje de bases de datos:** consisten en el almacenamiento digital de diferente información en los servidores del oferente.

La compra de un archivo digital que no involucre el pago directamente al momento de aceptar la oferta, no deberá ser considerada como un acto de comercio electrónico, sino como un acto de comercio de bienes electrónicos transados de manera convencional.

1.9. Comercio electrónico de bienes y/o servicios entregados por medios no electrónicos

Bajo esta modalidad, se incluyen todas las transacciones negociadas en una página Web que no impliquen la transferencia de la propiedad de los bienes y/o servicios de forma electrónica, es decir, la negociación de bienes tangibles, siempre y cuando dicha negociación se sujete a los parámetros de oferta y aceptación electrónica, incluyendo dentro de esta última, el pago.

Es conveniente hacer notar, que aunque el pago de estas transacciones se haga en línea, no implica que la transacción no emane una obligación pecuniaria adicional, tal es el caso de los aranceles aduaneros, cuando las transacciones se ejecuten entre jurisdicciones distintas.

Dentro de las transacciones de bienes y/o servicios entregados por medios no electrónicos podemos citar los siguientes:

- a. Venta de discos compactos de música y películas**
- b. Venta de libros, revistas y periódicos**
- c. Venta de computadoras y accesorios afines**
- d. Venta de tiquetes aéreos**
- e. Venta de juguetes**
- f. Venta de ropa**
- g. Venta de comida enlatada**
- h. Venta de bebidas**
- i. Venta de servicios de traducción de documentos**
- j. Venta de servicios de correeduría aduanal**



- k. Venta de servicios de pagos de impuestos**
- l. Venta de servicios de correturía bursátil**
- m. Venta de servicios de pago de servicios públicos**
- n. Venta de servicios publicitarios.**

La lista podría ser infinita, dependiendo de la evolución y desarrollo de las diferentes herramientas informáticas que van permitiendo día a día la inclusión y automatización de una mayor cantidad de procesos de venta de bienes y servicios.





CAPÍTULO II

2. Jurisprudencia del comercio electrónico internacional

2.1. Legislación argentina

Esta política de certificación define los términos y condiciones que rigen la relación entre la Secretaría de la Función Pública en su carácter de Organismo Licenciante y los Organismos de la Administración Pública Nacional que actúe como Autoridades Certificantes Licenciadas.

En ella se especifican los requisitos a tener en cuenta para la emisión y administración de los certificados de clave pública utilizados en el proceso de verificación de firmas digitales de Autoridades Certificantes Licenciadas en el ámbito de la Administración Pública Nacional, otorgando confiabilidad a la Infraestructura de firma Digital del Sector Público Nacional en razón de que las partes involucradas puedan asegurarse de la autenticidad e integridad de los documentos digitales firmados.

A. Sujetos: Esta política es aplicable por:

a. La Secretaría de la Función Pública que otorga licencias habilitantes a las dependencias de la Administración Pública Nacional que actúen como Autoridades Certificantes Licenciadas y emite certificados de clave pública que permitan verificar las firmas digitales de los certificados que éstas emitan.

b. La Contaduría General de la Nación que cumple con funciones de Organismo Auditante de los demás Organismos regulados por esta política.

c. Las Autoridades Certificantes Licenciadas en su carácter de suscriptoras de los certificados que emita el Organismo Licenciante.

B. Objeto: Esta política regula el empleo de la firma digital en la instrumentación de los actos internos del Sector Público Nacional que no produzcan efectos individuales en forma directa.



C. Responsabilidad del organismo licenciante: Como organismo licenciante, La Secretaría de la Función Pública es responsable de todos los aspectos relativos a la emisión y administración de los certificados correspondientes a las Autoridades Certificantes Licenciadas en el ámbito de la Administración Pública Nacional, incluyendo:

- a. El proceso de postulación de la Autoridad Certificante.
 - b. El proceso de identificación y autenticación.
 - c. La emisión de certificados.
 - d. La administración de certificados.
 - e. La resolución de las contingencias que eventualmente se susciten respecto a la Infraestructura de Firma Digital
- Regulaciones indicadas en el decreto mencionado son parte de esta política.

D. Confidencialidad: Toda información referida a Autoridades Certificantes que sea recibida por el Organismo Licenciante en los requerimientos será confidencial y no puede hacerse pública sin su consentimiento previo, salvo que sea requerida legalmente. Lo indicado no es aplicable cuando se trate de información que se transcriba en el certificado o sea obtenida de fuentes públicas.

E. Identificación y Autenticación para el uso de licencia: Sujeto a los requerimientos indicados en este capítulo, los requerimientos recibidos por la Secretaría de la Función Pública en su carácter de Organismo Licenciante pueden ser comunicados por el solicitante:

- a. Via e-mail o web-site
- b. Telefónicamente
- c. Por correo
- d. Personalmente



En todos los casos, el representante autorizado por el organismo o dependencia que solicite la correspondiente licencia, debe concurrir personalmente a fin de preceder a su identificación (ver posible intervención de escribano para certificar identidad)

F. Validación de la información presentada: Cuando el Organismo Licenciante reciba un requerimiento de parte de un organismo o dependencia, esta obligado a confirmar:

- a. Que la información contenida en el requerimiento sea correcta.
- b. Que la Organización exista y desarrolle sus funciones en el domicilio indicado en el requerimiento.
- c. Que el requerimiento sea firmado por un representante debidamente autorizado a ese fin por la máxima autoridad competente.
- d. A fin de efectuar esta investigación, el Organismo Licenciante puede acudir a registros de reparticiones oficiales o a los medios de validación que estime más adecuados.

G. Requisitos operativos: Todo organismo o dependencia que se postule para obtener un certificado debe completar un requerimiento el que estará sujeta a revisión y aprobación por el Organismo Licenciante. El proceso de solicitud puede ser iniciado solamente por el representante autorizado de la dependencia u organismo.

2.2. Legislación Mexicana

Esta es una legislación de las pocas en América Latina que ha incursionado de tal manera que México es uno de los países que está aprovechando el uso del comercio electrónico a fin de crear mayor riqueza para la población.

A. De los mensajes de datos: Información generada, enviada, recibida, archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos (EDI), el correo electrónico, el telegrama, el telex o el telefax u otros medios tecnológicos.



Las partes podrán incorporar información que no figure de manera textual en el mensaje de datos que se trate mediante referencia a la misma en este último, la cual gozará del os mismos efectos, validez o fuerza obligatoria que el mensaje de datos en que se haga la referencia.

Cuando la legislación requiera que un documento sea presentado y conservado en su forma original o establezca consecuencias para el caso de que el mismo no sea presentado o conservado en su forma original, ese requisito quedará satisfecho si el mensaje de datos ha sido conservado integro a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva y este pueda ser mostrado para acreditar las exigencias a que se refiere este artículo.

Toda información presentada en forma de mensaje de datos gozará de la debida fuerza probatoria. Al valorar la fuerza probatoria de un mensaje de datos se habrá de tener presente la fiabilidad de la forma en la que se haya generado, archivado o comunicado el mensaje, la fiabilidad de la forma en la que se haya conservado la integridad de la información la forma en la que se identifique a su iniciador y cualquier otro factor pertinente.

B. Comunicación de los mensajes de datos: Salvo pacto en contrario, en la formación de un contrato, la oferta y su aceptación podrán ser expresadas por medio de un mensaje de datos. No se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación un mensaje de datos.

En las relaciones entre el iniciador y el destinatario de un mensaje de datos, no se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a una manifestación de voluntad u otra declaración por la sola razón de haberse hecho en forma de mensaje de datos. Un mensaje de datos proviene del iniciador si ha sido enviado por el propio iniciador.

El destinatario deberá enviar un mensaje de datos al iniciador cuando en atención a las circunstancias del acto, contrato o convenio a celebrar, considere que la transmisión



contenga alguna información que pueda dar lugar a error en el mensaje de datos respectivo.

El destinatario tendrá derecho a considerar que cada mensaje de datos recibido es un mensaje de datos separado y a actuar en consecuencia, salvo que se trate de algún duplicado.

Salvo pacto en contrario, el mensaje de datos se tendrá por expedido cuando ingrese en un sistema de información que no esté bajo el control del iniciador o de la persona que envió el mensaje de datos en nombre del iniciador.

C. Transporte de mercancías: El presente capítulo será aplicable a cualquiera de los siguientes actos que guarde relación con un contrato de transporte de mercancías, o con su cumplimiento, sin que la lista sea exhaustiva:

a. Indicación de las marcas, el número, la cantidad o el peso de las mercancías;

b. Declaración de la índole o el valor de las mercancías;

c. Emisión de un recibo por las mercancías;

d. Confirmación de haberse completado

e. Cualquier transacción debe llevarse por escrito o mediante un documento o que establezca consecuencias para el caso de que dichos actos no consten por escrito o en documento, ese requisito quedará satisfecho cuando el acto se lleve a cabo por medio de uno o más mensajes de datos.

f. Cuando se conceda algún derecho a una persona determinada y a ninguna otra, o ésta adquiera alguna obligación, y la ley requiera que, para ese acto surta efecto, el derecho o la obligación hayan de transferirse a esa persona mediante el envío, o la utilización, de un documento, ese requisito quedará satisfecho si el derecho o la



obligación se transfiera mediante la utilización de uno o más mensajes de datos, siempre que se emplee un método fiable para garantizar la singularidad de ese mensaje o esos mensajes de datos.

Todo documento que se emita en esas circunstancias deberá contener una declaración a tal efecto. La sustitución de mensajes de datos por documentos no afectará a los derechos ni a las obligaciones de las partes.

2.3. Legislación Americana

A. Objeto de la Ley: Regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas.

B. De los mensajes de datos: Tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos. Su eficacia, valoración y efectos se someterá al cumplimiento de lo establecido en esta Ley y su reglamento. Se reconoce validez jurídica a la información no contenida directamente en un mensaje de datos, siempre que figure en el mismo, en forma de remisión o de anexo accesible mediante un enlace electrónico directo y su contenido sea conocido y aceptado expresamente por las partes. Estarán sometidos a las leyes, reglamentos y acuerdos internacionales relativos a la propiedad intelectual. Se establecen los principios de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, cualquiera sea su forma, medio o intención. Toda violación a estos principios, principalmente aquellas referidas a la intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensajes de datos o violación del secreto profesional, será sancionada conforme a lo dispuesto en esta Ley y demás normas que rigen la materia.

Cuando la Ley requiera u obligue que la información conste por escrito, este requisito quedará cumplido con un mensaje de datos, siempre que la información que éste contenga sea accesible para su posterior consulta.



Toda información sometida a esta Ley, podrá ser conservada; éste requisito quedará cumplido mediante el archivo del mensaje de datos. Salvo prueba en contrario se entenderá que un mensaje de datos proviene de quien lo envía y, autoriza a quien lo recibe, para actuar conforme al contenido del mismo, cuando de su verificación exista concordancia entre la identificación del emisor y su firma electrónica.

C. Firmas electrónicas: Son los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, adjuntados o lógicamente asociados al mismo, y que puedan ser utilizados para identificar al titular de la firma en relación con el mensaje de datos, e indicar que el titular de la firma aprueba y reconoce la información contenida en el mensaje de datos. **Efectos de la firma electrónica.**

Tendrá igual validez y se le reconocerán los mismos efectos jurídicos que a una firma manuscrita en relación con los datos consignados en documentos escritos, y será admitida como prueba en juicio. **Requisitos de la firma electrónica.**

Para su validez, la firma electrónica reunirá los siguientes requisitos, sin perjuicio de los que puedan establecerse por acuerdo entre las partes.

D. Los certificados de firma electrónica: Es el mensaje de datos que certifica la vinculación de una firma electrónica con una persona determinada, a través de un proceso de comprobación que confirma su identidad. El certificado de firma electrónica se empleará para certificar la identidad del titular de una firma electrónica y para otros usos.

La extinción del certificado de firma electrónica se producirá desde el momento de su comunicación a la entidad de certificación de información, excepto en el caso de fallecimiento del titular de la firma electrónica, en cuyo caso se extingue a partir de que acaece el fallecimiento. Tratándose de personas secuestradas o desaparecidas, se



extingue a partir de que se denuncie ante las autoridades competentes tal secuestro o desaparición.

E. De las entidades de certificación de información: Empresas unipersonales o personas jurídicas que emiten certificados de firma electrónica y pueden prestar otros servicios relacionados con la firma electrónica, autorizadas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, según lo dispuesto en esta ley y el reglamento que deberá expedir el Presidente de la República.

Las entidades de certificación de información serán responsables hasta de culpa leve y responderán por los daños y perjuicios que causen a cualquier persona natural o jurídica, en el ejercicio de su actividad, cuando incumplan las obligaciones que les impone esta Ley o actúen con negligencia, sin perjuicio de las sanciones previstas en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

F. Organismos de promoción y difusión de los servicios electrónicos. Organismo de promoción y difusión: Para efectos de esta Ley, el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, será el organismo de promoción y difusión de los servicios electrónicos, incluido el comercio electrónico, y el uso de las firmas electrónicas en la promoción de inversiones y comercio exterior. El Consejo Nacional de Telecomunicaciones, o la entidad que haga sus veces, será el organismo de autorización, registro y regulación de las entidades de certificación de información acreditadas.

G. Servicios electrónicos: Cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicios, que se realice con mensajes de datos, a través de redes electrónicas, se someterá a los requisitos y solemnidades establecidos en la ley que las rija, en todo lo que fuere aplicable, y tendrá el mismo valor y los mismos efectos jurídicos que los señalados en dicha ley.

H. Contratación electrónica y telemática. Los contratos podrán ser instrumentados mediante mensajes de datos. No se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato



por la sola razón de haberse utilizado en su formación uno o más mensajes de datos. El perfeccionamiento de los contratos electrónicos se someterá a los requisitos y solemnidades previstos en las leyes y se tendrá como lugar de perfeccionamiento el que acordaren las partes. La recepción, confirmación de recepción, o apertura del mensaje de datos, no implica aceptación del contrato electrónico, salvo acuerdo de las partes.

I. Derechos de los usuarios o consumidores de servicios electrónicos: Previamente a que el consumidor o usuario exprese su consentimiento para aceptar registros electrónicos o mensajes de datos, debe ser informado clara, precisa y satisfactoriamente, sobre los equipos y programas que requiere para acceder a dichos registros o mensajes. El usuario o consumidor, al otorgar o confirmar electrónicamente su consentimiento, debe demostrar razonablemente que puede acceder a la información objeto de su consentimiento.

J. Instrumentos públicos: Se reconoce la validez jurídica de los mensajes de datos otorgados, conferidos, autorizados o expedidos por y ante autoridad competente y firmados electrónicamente. Dichos instrumentos públicos electrónicos deberán observar los requisitos, formalidades y solemnidades exigidos por la ley y demás normas aplicables.

K. De la prueba y notificaciones electrónicas: Los mensajes de datos, firmas electrónicas, documentos electrónicos y los certificados electrónicos nacionales o extranjeros, emitidos de conformidad con esta ley, cualquiera sea su procedencia o generación, serán considerados medios de prueba. Para su valoración y efectos legales se observará lo dispuesto en el Código de Procedimiento Civil.

La prueba será valorada bajo los principios determinados en la ley y tomando en cuenta la seguridad y fiabilidad de los medios con los cuales se la envió, recibió, verificó, almacenó o comprobó si fuese el caso, sin perjuicio de que dicha valoración se efectuó con el empleo de otros métodos que aconsejen la técnica y la tecnología. En todo caso



la valoración de la prueba se someterá al libre criterio judicial, según las circunstancias en que hayan sido producidos.

Las notificaciones a los representantes de las personas jurídicas del sector público y a los funcionarios del Ministerio Público que deben intervenir en los juicios, se harán en las oficinas que estos tuvieren o en el domicilio judicial electrónico en un correo electrónico que señalaren para el efecto.

L. de las infracciones informáticas: Se considerarán infracciones informáticas, las de carácter administrativo y las que se tipifican: El que empleando cualquier medio electrónico, informático o afín, violentare claves o sistemas de seguridad, para acceder u obtener información protegida, contenida en sistemas de información; para vulnerar el secreto, confidencialidad y reserva, o simplemente vulnerar la seguridad, será reprimido con prisión de seis meses a un año y multa de quinientos a mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

Si la información obtenida se refiere a seguridad nacional, o a secretos comerciales o industriales, la pena será de uno a tres años de prisión y multa de mil a mil quinientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

La divulgación o la utilización fraudulenta de la información protegida, así como de los secretos comerciales o industriales, será sancionada con pena de reclusión menor ordinaria de tres a seis años y multa de dos mil a diez mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

El que dolosamente, de cualquier modo o utilizando cualquier método, destruya, altere, inutilice, suprima o dañe, de forma temporal o definitiva, los programas, datos, bases de datos, información o cualquier mensaje de datos contenido en un sistema de información o red electrónica, será reprimido con prisión de seis meses a tres años y multa de sesenta a ciento cincuenta dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.



2.4. Legislación Europea (España)

El Estado español ha tenido una participación activa en el logro de la posición común que facilita la tramitación del texto, al recoger éste los elementos suficientes para proteger la seguridad y la integridad de las comunicaciones telemáticas en las que se emplee la firma electrónica. En ese sentido, existen ya en España diversas normas sobre la presentación de la declaración del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas por medios telemáticos, dictadas por la Administración tributaria.

A. Ámbito de aplicación: Regula el uso de la firma electrónica, el reconocimiento de su eficacia jurídica y la presentación al público de servicios de certificación. Las normas sobre esta actividad son de aplicación a los prestadores de servicios establecidos en España. Las normas sobre la presentación de servicios de certificación de firma electrónica que recoge es Real ley no sustituye ni modifican las que regulan las funciones que corresponde realizar a las personas facultadas, con arreglo a derecho, para dar fe de la firma de documentos o para intervenir en su elevación a públicos.

B. Régimen de libre competencia: La presentación de servicios de certificación no está sujeta a autorización previa y se realiza en régimen de libre competencia, sin que quepa establecer restricciones para los servicios de certificación que procedan de alguno de los Estados miembros de la Unión Europea. La prestación de servicios de certificación por las Administraciones o los organismos o sociedades de ellas dependientes se realizará con la debida separación de cuentas y con arreglo a los principios de objetividad, transparencia y no discriminación.

C. Empleo de la firma electrónica por las Administraciones públicas: Se podrá supeditar por la normativa estatal o, en su caso, autonómica el uso de la firma electrónica en el seno de la Administraciones públicas y sus entes públicos y en las relaciones que con cualquiera de ellos mantengan los particulares, a las condiciones adicionales que se consideren necesarias, para salvaguardar las garantías de cada procedimiento. Las condiciones adicionales que se establezcan podrán incluir la prestación de un servicio



de consignación de fecha y hora, respecto de los documentos electrónicos integrados en un expediente administrativo. El citado servicio consistirá en la acreditación por el prestador de servicios de certificación, o por un tercero, de la fecha y hora en que un documento electrónico es enviado por el signatario o recibido por el designatario.

D. Certificados: La firma electrónica avanzada del prestador de servicios de certificación que expide el certificado. La identificación del signatario, por su nombre y apellidos o a través de un seudónimo que conste como tal de manera inequívoca. Se podrá consignar en el certificado cualquier otra circunstancia personal del titular, en caso de que sea significativa en función del fin propio del certificado y siempre que aquél dé su consentimiento. La consignación en el certificado de cualquier otra información relativa al signatario, requerirá su consentimiento expreso.

E. Condiciones exigibles a los prestadores de servicios de certificación: Todos los prestadores de servicios de certificación deben cumplir las siguientes obligaciones:

Comprobar por sí o por medio de un a persona física o jurídica que actúe en nombre y por cuenta suyos, la identidad y cualesquiera circunstancias personales de los solicitantes de los certificados relevantes para el fin propio de éstos, utilizando cualquiera de los medios admitidos en derecho. Se exceptúan de esta obligación, los prestadores de servicios de certificación que, expidiendo certificados que no tengan la consideración de reconocidos, se limiten a constatar determinadas circunstancias específicas de los solicitantes de aquéllos.

a. Poner a disposición del signatario los dispositivos de creación y de verificación de firma electrónica.

b. No almacenar ni copiar los datos de creación de firma de la persona a la que hayan prestado sus servicios, salvo que ésta lo solicite.



c. Informa, antes de la emisión de un certificado, a la persona que solicite sus servicios, de su precio, de las condiciones precisas para la utilización del certificado, de sus limitaciones de uso y de la forma en que garantiza su posible responsabilidad patrimonial.

d. Mantener un registro de certificados, en el que quedará constancia de los emitidos y figurarán las circunstancias que afecten a la suspensión o pérdida de vigencia de sus efectos. A dicho registro podrá accederse por medios telemáticos y su contenido estará a disposición de las personas que lo soliciten, cuando así lo autorice el asignatario.

e. Los dispositivos de firma electrónica y la evaluación de su conformidad con la normativa aplicable.

a. Se presumirá que los productos de firma electrónica que se ajusten a las normas técnicas cuyos números de referencia hayan sido publicados en el "Diario Oficial de las Comunidades Europeas" son conformes con lo previsto en la letra e) del artículo 12 y en el artículo 19.

b. Sin perjuicio de esta presunción, los números de referencia de esas normas se publicarán en el "Boletín Oficial del Estado".

Evaluación de la conformidad con la normativa aplicable de los dispositivos seguros de creación de firma electrónica. Los órganos de certificación a los que se refiere el artículo 6 podrán certificar los dispositivos seguros de creación de firma electrónica.

c. Infracciones y sanciones: Las infracciones de las normas reguladoras de la firma electrónica y los servicios de certificación se clasifican en muy graves, graves y leves.

d. Procedimiento sancionador: El ejercicio de la potestad sancionadora atribuida por este Real Decreto - Ley corresponde a la Secretaria General de Comunicaciones se sujetará al procedimiento aplicable, con carácter general, al ejercicio de la potestad sancionadora por las Administraciones públicas.



2.5. Legislación Chilena

El vertiginoso desarrollo de la informática -la ciencia del tratamiento automatizado o electrónico de la información- y de la telemática -que resulta de la unión informática-telecomunicaciones y que se relaciona con las llamadas "redes digitales"- han ocasionado una verdadera revolución social, cultural, económica, política, laboral y, esto en definitiva, porque "el derecho es respuesta" ante los cambios sociales, también jurídicos.

La sociedad chilena es parte de sociedades cada vez más interconectadas e interdependientes, donde la información de distinta naturaleza se comparte cotidianamente y donde han caído las fronteras geográficas.

Gracias a la información y las telecomunicaciones están progresivamente cambiando las formas de difundirse las noticias, de difundirse las colecciones artísticas de los museos y los catálogos de las bibliotecas, de cometerse delitos, de trabajar y, lo que ahora interesa especialmente, de realizarse las transacciones comerciales. Ergo, el derecho también debe agiomarse.

A. El comercio electrónico o vía redes telemáticas: Se le ha definido como el intercambio telemático de información entre personas que da lugar a una relación comercial, consistente en la entrega en línea de bienes tangibles. Este intercambio de datos o información puede ser "multimedial" o consistir en imágenes, textos y sonidos.

Ejemplos de entrega "on line" de bienes intangibles -o de comercio electrónico directo- son las reservas de pasajes y hoteles, la posibilidad de consultar bases de datos, la presentación electrónica de declaraciones aduaneras de importación de mercancías, la compraventa electrónica de seguros, la compra de software bajado de Internet pagando su valor con cargo a una tarjeta de crédito, etc.

Ejemplos de comercio electrónico indirecto son las compras en los "malls virtuales", abiertos las 24 horas del día y siempre ubicados en el mismo lugar, donde opera "la



compra del click" de libros, discos, ropa, etc., objetos que pueden ser apreciados en una foto o con su sola descripción escrita. El pago de la compra también es sumamente simple, pues basta ingresar en un formulario de compra el número de una tarjeta de crédito internacional.

De cara a la problemática jurídica -y como anticipo- del comercio electrónico una idea es esencial: se trata de hechos o realidades que ocurren en el mundo de lo telemático, lo digital, intangible e inmaterial, donde cada mensaje enviado ya no está soportado en papel. Una oferta de venta, una orden de pago a un banco o una autorización de cargo en tarjeta de crédito, el envío de una factura, de una planilla de pago de cotizaciones de AFP o ISAPRES, de una declaración aduanera de importación de mercancías, etc.

a. A la base de lo que se entiende por comercio electrónico se encuentran la transferencia telemática

b. De datos (EDI o "Electronic Data Interchange");

c. De documentos estandarizados o previamente estructurados (vía estándares como el UN/EDIFACT o intercambio electrónico de datos o documentos para la administración, el comercio y

d. El transporte); y la transferencia de valores o fondos -en cuanto a la realización de pagos-.

B. El intercambio de datos electrónicos: Con el concepto de intercambio de datos electrónicos se alude al intercambio electrónico entre sistemas computacionales de información estructurada, es decir, de datos y documentos mediante formatos o estándares acordados previamente por los usuarios. Puede sostenerse que el intercambio de datos electrónicos es un correo electrónico o e-mail, pero con protocolos comunes. Se obtiene así que diversos documentos comerciales sean siempre, y en diversos países, iguales; pensemos en la declaración de importación aduanera de



mercancías, el manifiesto de carga, las facturas, las notas de crédito y débito, las órdenes de compra, etc. Existen diversos estándares del EDI, uno de los cuales es el EDIFACT que se ha venido desarrollando a instancias de la ONU.

Es importante referirse a este tema, porque en Chile actualmente operan tres empresas denominadas Redes de Valor Agregado (que es uno de los medios por los cuales puede viajar la información comercial), que mediante el estándar EDIFACT han permitido implementar la tramitación de declaraciones aduaneras de importación de mercancías y el envío de facturas electrónicas.

C. Comercio electrónico e Internet: Las operaciones de comercio electrónico pueden hacerse -o la información puede transmitirse- mediante redes "cerradas" o "abiertas".

Las primeras posibilitan un mayor grado de seguridad, son de propiedad y administradas por entes específicos, como es el caso de Redbanc, la red SITA, u otras que operan en Chile, etc., y no admiten el ingreso de terceros no autorizados o no habilitados. Por cierto, en materia de comercio electrónico hasta la fecha los avances más importantes en Chile se han desarrollado en base a redes cerradas.

La más grande de las redes abiertas o públicas, caracterizadas porque nadie puede ser impedido de acceder y operar, es Internet, que no es sino un conjunto mundial de redes computacionales entrelazadas gracias a los llamados proveedores de conectividad. De cara al comercio electrónico el mayor de sus problemas era -para muchos- la debilidad de los mecanismos de seguridad o "encriptación" de datos⁶, sobre todo si pensamos en la realización de los pagos o transferencias electrónicas de fondos que deben darse en una operación de comercio electrónico directo o propiamente tal.

Téngase presente lo constatado por la Comunidad Europea en mayo de 1998: son las redes abiertas las que revisten cada vez mayor importancia para la comunicación mundial, las que ofrecen nuevas posibilidades empresariales y herramientas que mejoran la productividad y reducen los costos, así como nuevos métodos de llegar a



clientes y a los mercados de todo el mundo para ofrecer bienes y servicios durante las 24 horas del día. En consecuencia, todo debería apuntar a implementar y regular esta modalidad de comercio electrónico.

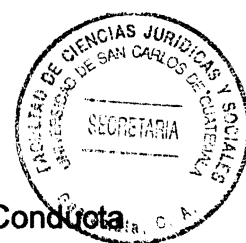
Téngase presente además (para ratificar la importancia de las redes abiertas, que el gran desarrollo de Internet ha significado un cambio de escenario para el comercio electrónico, aminorando la importancia del intercambio de datos electrónicos mediante redes cerradas.

Un anticipo. El problema de la falta de seguridad para realizar transacciones y pagos a través de Internet, que entraba en el desarrollo del comercio electrónico y que preocupa a los consumidores que digitan los números de sus tarjetas de crédito u otros datos financieros personales -ante la posibilidad de robos y fraudes-, se ha solucionado. La solución se llama Secure Electronic Transfer o Transacciones Electrónicas Seguras, que es un sistema de certificación o validación de firmas electrónicas.

D. Comercio Electrónico y Derecho: Tópicos Fundamentales

Una cuestión de fondo. El derecho es respuesta, ya se dijo. Necesariamente debe evolucionar y adaptarse. Frente a las realidades fácticas del mundo telemático, ajenas al mundo de la cultura del papel, el derecho tiene el desafío de armonizar dos intereses concurrentes: por un lado, permitir un uso amplio y eficaz de las nuevas tecnologías, y por otro proteger adecuadamente la confianza de los usuarios (empresarios y consumidores) en la autenticidad y seguridad de los documentos generados y transmitidos y en los pagos realizados vía redes. Al decir de la primera investigadora chilena en este tema⁹, "el comercio y las telecomunicaciones no esperan a las leyes sino que marchan adelante, por lo que ahora corresponde dar solución a los problemas legales que se han generado con el desarrollo de estas nuevas prácticas".

Por la realidad misma del comercio electrónico -dinámica y cambiante- se hace demasiado complejo pensar en que algún día se acuerde o concrete una especie de Convención Mundial o Tratado sobre Comercio Electrónico. Sólo han habido



lineamientos, como los dictados por la ONU -sus Reglas o Códigos de Conducta Uniformes-, el Consejo de Europa, -su Directiva sobre firma digital de 1998- o la Unión Europea, -su Directiva sobre firma digital de 1998- o la Unión Europea -que desarrolló un contrato tipo para el uso comercial del EDI-.

Tratándose de comercio electrónico mediante Internet, por cierto, un tratado internacional sería la única vía posible de normalizar el tema... Porque Internet descansa en su "no regulación" o desregulación local, es decir, no se puede censurar desde Chile una realidad virtual que sólo podría llegar a restringirse mediante un tratado internacional. Internet no respeta límites geográficos y no reconoce jurisdicciones estatales. Porque los canales de la red traspasan todas las fronteras geográficas y son "territoriales", leyes como las chilenas -de delitos contra la moral o de propiedad intelectual- sólo pueden pretender tener vigencia dentro del territorio de nuestro país y los tribunales no pueden pretender aplicarlas en el extranjero, porque carecen de Jurisdicción.

Podría intentar recurrirse a la Convención Internacional sobre la Compraventa, de 1980, por cierto si se trata de países que la ratificaron; pero no todas las operaciones de comercio electrónico son compraventa.

E. Tópicos jurídicos fundamentales: El nuevo orden social que viene acompañado con el uso de las TAI: está ocasionando una serie de cambios jurídicos, los que, de cara al comercio electrónico, se relacionan con los siguientes temas (este debiera ser el marco legal regulador de las relaciones contractuales entre los intervinientes, y su análisis implica proponer diversas modificaciones normativas para lograr seguridad o certidumbre jurídica y llenar vacíos legales.

El momento y lugar en que se forma el consentimiento entre los contratantes. Un primer tema a resolver es cómo determinar que efectivamente se formó el consentimiento en contratos negociados telemáticamente y a distancia, entre personas ausentes, y en qué lugar se hizo a efectos de determinar el derecho aplicable.



Cabe retomar aquí toda la discusión jurídica -que se estudia en Primer Año de Derecho- relacionada con la formación del consentimiento tratándose de contratos celebrados entre ausentes o a distancia, en particular el tema de las diversas teorías susceptibles de aplicarse (...de la aceptación, de la expedición o remisión, de la información o del conocimiento y de la recepción). Porque lo realmente novedoso es el medio - digital- de contratar y, consiguientemente, lo será la forma de probar los hechos del contrato.

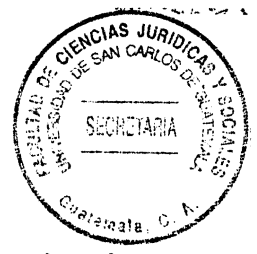
Recordemos que el Código Civil chileno establece que el consentimiento se forma cuando el destinatario -receptor- de una oferta la acepta sin modificaciones, independiente de que el oferente -o emisor- se entere o no.

El problema es que una operación de comercio electrónico los intervinientes pueden encontrarse regidos por leyes que optan por soluciones distintas. Se ha establecido en algunos contratos (v.gr. el contrato modelo de EDI para la Comunidad Europea) que una operación se considerará perfeccionada en el momento y lugar en que un mensaje estandarizado generado por el emisor se haya hecho disponible (haya sido recepcionado) al sistema de información del receptor, sin necesidad de que posteriormente haya un acuse recibo o una manifestación de aceptación.

La necesidad de proteger la privacidad de las personas contratantes cuyos datos personales o nominativos circulan en las redes, los que pueden ser recopilados, procesados, almacenados y cruzados sin autorización de su titular, y ser comercializados por ejemplo para realizar marketing directo.

Es un tema que debería ser abordado en una "data protection act" o "ley de protección de datos", en el párrafo relativo al flujo de datos transfronteras.

Actualmente el Parlamento chileno está debatiendo dos mociones relativas a la protección de datos personales, las que, lamentablemente y por falta de seriedad en el trabajo de los legisladores, adolecen de graves errores de fondo.



El necesario reconocimiento legal de los mecanismos de encriptación o protocolos de seguridad de las transacciones, en aras de resguardar la confidencialidad o seguridad, la integridad, la autenticación o autenticidad, y la no repudiación de los contratantes en las operaciones de comercio; es el tema del valor legal de las llamadas "firmas electrónicas o digitales".

La forma de probar en juicio los términos en que efectivamente se acordó y realizó una operación de comercio electrónico, esto es, el valor probatorio o la admisibilidad en un proceso del documento electrónico o del mensaje, más ampliamente, de la información datos y documentos estandarizados- contenida en un ordenador o transmitida vía redes.

La necesidad de proteger la propiedad intelectual (derechos de autor) e industrial (marcas y patentes, derechos del inventor) sobre las mercancías -o bienes intangibles- que se comercian digitalmente.

a. Sobre este punto cabe destacar que la OMPI, en Diciembre de 1996, después de constatar lo precario de la protección jurídica que el estatuto jurídico tradicional de la propiedad intelectual otorga a las obras que se comercializan y consultan en Internet, estableció la obligación que los Estados que ratifiquen y firmen la Convención de Ginebra sobre Derechos de Autor deben resguardar jurídicamente y promocionar la aplicación de medidas técnicas de seguridad de la propiedad intelectual, como es el caso de la codificación o encriptación.

b. A este respecto, Chile promulgo como ley de la República en 1995 el Acuerdo de Marrakech, adoptado en el seno de la Organización Mundial de Comercio, uno de cuyos apéndices se refiere específicamente al tema de la propiedad intelectual y el comercio internacional. Se trata de un compromiso que debe traducirse en modificaciones legales a nuestro ordenamiento jurídico, sobre todo a propósito del comercio de bienes inmateriales tales como los programas computacionales y las bases



de datos, software de fácil comercialización ilícita -o sin pagarse los derechos respectivos- vía redes.

Se ha hablado estos días del tema de "los dominios en Internet".

Toda empresa que quiera mantener una página WEB u ofrecer sus productos en Internet está interesada en tener debidamente inscrita su dirección virtual o dominio. Se trata de identificar las diversas direcciones virtuales mediante "dominios" o nombres generalizados -que son "geográficamente independientes" o transnacionales- los que tienen un valor de mercado y económico y pueden constituir una "marca" susceptible de aprovechamiento comercial.

Este tema -el problema de la atribución o asignación de los nombres de dominio en Internet- es quizás el único que fácilmente ha dado pie a la existencia de algún grado de regulación, para ser más específicos, de autorregulación. Las reglamentaciones que ha elaborado la IANA (Internet Assigned Numbers Authority) en orden a coordinar y mantener un "registro de Nombres de Dominio" han sido acogidas localmente o a nivel de Estados, más los órganos que la representan en cada país sólo actúan como entes coordinadores, generalmente - salvo en Chile- sin facultades jurisdiccionales.

Actualmente se asignan e inscriben -los dominios- en un registro que administra el Departamento de Ciencias de la Computación de la Universidad de Chile. En un principio no se estableció relación alguna con las marcas que registra el Ministerio de Economía, lo que dio lugar a abusos; posteriormente se agregó al Reglamento una opción de arbitraje obligatorio en el caso que dos personas o empresas reclamen un mismo nombre, debiendo el árbitro considerar el registro de marcas al decidir quien tiene el mejor derecho de usar un dominio. La ley de Propiedad Industrial establece que el titular de una marca comercial es propietario de la misma, y que se encuentra facultado para usarla en forma exclusiva. La lógica indica que dicho titular también tiene el derecho de propiedad sobre la marca proyectando en Internet o virtualmente, a pesar de la característica de "aterritorialidad de la red". para concretamente tener la primera



opción al inscribir el dominio o dirección a su nombre. Creemos además que tal facultad sólo podría intentar alegarse en Chile y no en otro país -como ocurre en el caso en análisis porque el solicitante doloso está aceptando la aplicación del Reglamento sobre

Nombres de Dominio atendida la vigencia territorial de la ley sobre propiedad industrial, que no puede pretender tener aplicación fuera de Chile.

La sanción de las eventuales responsabilidades civiles -legales, contractuales y extracontractuales- y penales que pueden surgir.

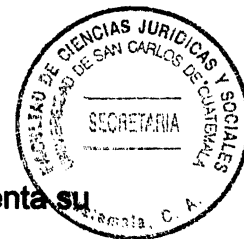
Puede ser que en las operaciones de comercio que se realicen a través del Internet no se paguen los derechos o tributos que proceden con ocasión de la importación de mercancías digitales (evasión de impuestos y derechos aduaneros), como ocurre cuando se baja un "up grade" o actualización de software.

2.6. Legislación Guatemalteca

Decreto 47-2008, del congreso de la republica ley para el reconocimiento de las comunicaciones y firmas electrónicas

A. **Ámbito de aplicación:** La presente ley será aplicable a todo tipo de comunicación electrónica, transacción o acto jurídico, público o privado, nacional o internacional, salvo en los casos siguientes:

- a. En las obligaciones contraídas por el Estado en virtud de Convenios o Tratados Internacionales.
- b. En las advertencias escritas que por disposición legal deban ir necesariamente impresas en cierto tipo de productos en razón al riesgo que implica su comercialización, uso o consumo.



B. Interpretación: En la interpretación de la presente ley habrán de tenerse en cuenta su origen internacional la necesidad de promover la uniformidad de su aplicación y de velar por la observancia de la buena fe, tanto en el comercio nacional como internacional.

C. Aplicación de los requisitos jurídicos a las comunicaciones electrónicas: No se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a una comunicación o a un contrato por la sola razón de que esa comunicación o ese contrato estén en forma de comunicación electrónica.

D. Incorporación por remisión: Salvo acuerdo en contrario entre las partes, cuando en una comunicación electrónica se haga remisión total o parcial a directrices, normas, estándares, acuerdos, cláusulas, condiciones, cualquier información o términos fácilmente accesibles con la intención de incorporarlos como parte del contenido o hacerlos vinculantes jurídicamente, se presume que esos términos están incorporados por remisión a esa comunicación electrónica.

E. Escrito: Cuando cualquier norma jurídica requiera que una información, comunicación o un contrato consten por escrito, en papel o en cualquier medio físico, o prevea consecuencias en el caso de que eso no se cumpla, una comunicación electrónica cumplirá ese requisito si la información consignada en su texto es accesible para su ulterior consulta.

F. Firma: Cuando cualquier norma jurídica requiera que una comunicación o un contrato sean firmados por una parte, o prevea consecuencias en el caso de que no se firme, ese requisito se dará por cumplido respecto de una comunicación electrónica.

G. Original: Cuando cualquier norma jurídica requiera que una comunicación o un contrato se proporcione o conserve en su formato original, o prevea consecuencias en el caso de que eso no se cumpla, ese requisito se tendrá por cumplido respecto de una comunicación electrónica:



a. Si existe alguna garantía fiable de la integridad de la información que contiene, a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva, tanto en comunicación electrónica como de otra índole; y,

b. Si, en los casos en que se exija proporcionar la información que contiene, ésta puede exhibirse a la persona a la que se ha de proporcionar.

H. Integridad de una comunicación electrónica: Se considerará que la información consignada en una comunicación electrónica es íntegra, si atiende a los criterios siguientes:

a. Ésta se ha mantenido completa y sin alteraciones que no sean la adición de algún endoso o algún cambio sobrevenido en el curso normal de su transmisión, archivo o presentación; y,

b. El grado de fiabilidad requerido se determinará teniendo en cuenta la finalidad para la que se generó la información, así como todas las circunstancias del caso.

I. Admisibilidad y fuerza probatoria de las comunicaciones electrónicas: Las comunicaciones electrónicas serán admisibles como medios de prueba. No se negará eficacia, validez o fuerza obligatoria y probatoria en toda actuación administrativa, judicial o privada a todo tipo de información en forma de comunicación electrónica, por el sólo hecho que se trate de una comunicación electrónica, ni en razón de no haber sido presentado en su forma original.

J. Criterio para valorar probatoriamente una comunicación electrónica: Toda información presentada en forma de comunicación electrónica gozará de la debida fuerza probatoria de conformidad con los criterios reconocidos por la legislación para la apreciación de la prueba.



K. Conservación de las comunicaciones electrónicas: Cuando cualquier norma jurídica requiera que ciertos documentos, registros o informaciones sean conservados, ese requisito quedará satisfecho mediante la conservación de las comunicaciones electrónicas, siempre que se cumplan las condiciones siguientes:

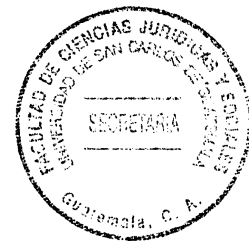
- a. Que la información que contengan sea accesible para su posterior consulta;
- b. Que la comunicación electrónica sea conservada en el formato en que se haya generado, enviado o recibido o con algún formato que permita demostrar que reproduce con exactitud la información generada, enviada o recibida; y.
- c. Que se conserve, de haber alguna, toda información o dato que permita determinar el origen, el destino del mensaje, la fecha y la hora en que fue enviado o recibido.

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

M. Reconocimiento de las comunicaciones electrónicas por las partes: En las relaciones entre el iniciador y el destinatario de una comunicación electrónica, no se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a una manifestación de voluntad u otra declaración por la sola razón de haberse hecho en forma de comunicación electrónica.

N. Atribución de una comunicación electrónica: Se entenderá que Una comunicación electrónica proviene del iniciador, si ha sido enviado por el propio iniciador.

Ñ. Presunción del origen de una comunicación electrónica: En las relaciones entre el iniciador y el destinatario, el destinatario tendrá derecho a considerar que una comunicación electrónica proviene del iniciador, y a actuar en consecuencia, cuando:



a. Para comprobar que la comunicación provenía del iniciador.

b. La comunicación electrónica que reciba el destinatario resulte de los actos de una persona cuya relación con el iniciador.

O. Concordancia de la comunicación electrónica enviada con la comunicación electrónica recibida: Siempre que una comunicación electrónica provenga del iniciador o que se entienda que proviene de él, o siempre que el destinatario tenga derecho a actuar con arreglo a este supuesto, en las relaciones entre el iniciador y el destinatario, éste último tendrá derecho a considerar que la comunicación electrónica recibida corresponde a la que quería enviar el iniciador, y podrá proceder en consecuencia.

P. Acuse de recibo: Si al enviar o antes de enviar una comunicación electrónica, el iniciador solicita o acuerda con el destinatario que se acuse recibo de la comunicación electrónica, pero no se ha acordado entre éstos una forma o método determinado para efectuarlo, se podrá acusar recibo mediante:

a. Toda comunicación del destinatario, automatizada o no; o,

b. Todo acto del destinatario que baste para indicar al iniciador que se ha recibido la comunicación electrónica.

Q. Falta de acuse de recibo: De conformidad con el artículo anterior, cuando el iniciador no haya indicado que los efectos del mensaje de datos estarán condicionados a la recepción de un acuse de recibo si no ha recibido acuse en el plazo fijado o convenido o no se ha fijado o convenido ningún plazo, en un plazo de cinco días el iniciador podrá:

a. Dar aviso al destinatario de que no ha recibido acuse de recibo y fijar un plazo razonable para su recepción; y,

b. De no recibir acuse dentro del plazo fijado conforme a la literal a) anterior, podrá, dando aviso de ello al destinatario, considerar que la comunicación electrónica no ha sido enviada o ejercer cualquier otro derecho que pueda tener.



R. Presunción de recepción de una comunicación electrónica: Cuando el iniciador reciba acuse de recibo del destinatario, se presumirá que éste ha recibido la comunicación electrónica correspondiente.

S. Tiempo y lugar del envío y la recepción de las comunicaciones electrónicas: De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, la comunicación electrónica se tendrá por:

a. Expedida: en el momento en que salga de un sistema de información que esté bajo el control del iniciador o de la parte que la envíe en nombre de éste o, si la comunicación electrónica no ha salido de un sistema de información que esté bajo el control del iniciador.

b. Recibida: en el momento en que pueda ser recuperada por el destinatario en una dirección electrónica que él haya designado.

c. La comunicación electrónica se tendrá por expedida en el lugar en que el iniciador tenga su establecimiento y por recibida en el lugar' en que el destinatario tenga el suyo, conforme se determine en función de lo dispuesto en esta ley.

T. Invitaciones para presentar ofertas: Toda propuesta de celebrar un contrato presentada por medio de una o más comunicaciones electrónicas, que no vaya dirigida a una o varias partes determinadas, sino que sea generalmente accesible para toda parte que haga uso de sistemas de información.

U. Empleo de sistemas automatizados de mensajes para la formación de un contrato: No se negará validez ni fuerza obligatoria a un contrato que se haya formado por la interacción entre un sistema automatizado de mensajes y una persona física, o por la interacción entre sistemas automatizados de mensajes, por la simple razón de que ninguna persona física haya revisado cada uno de los distintos actos realizados a través de los sistemas o el contrato resultante de tales actos ni haya intervenido en ellos.



V. Error en las comunicaciones electrónicas: Cuando una persona física cometa un error al introducir los datos de una comunicación electrónica intercambiada con el sistema automatizado de mensajes de otra parte y dicho sistema no le brinde la oportunidad de corregir el error, esa persona, o la parte en cuyo nombre ésta haya actuado, tendrá derecho a retirar la parte de la comunicación electrónica en que se produjo dicho error, sí;

W. Ubicación de las partes: Para los fines de la presente ley, se presumirá que la sede o el lugar del establecimiento comercial de una parte está en el lugar por ella indicado, salvo que otra parte demuestre que la parte que hizo esa indicación no tiene sede o establecimiento comercial alguno en ese lugar.

X. Requisitos de información: Nada de lo dispuesto en la presente ley afectará a la aplicación de norma jurídica alguna en virtud de la cual las partes deban revelar su identidad, la ubicación de su establecimiento u otros datos, ni eximirá de consecuencias jurídicas a una parte que haya hecho a este respecto declaraciones inexactas, incompletas o falsas,

Y. Actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías: Este será aplicable a cualquiera de los siguientes actos que guarde relación con un contrato de transporte de mercancías, o con su cumplimiento, sin que la lista sea exhaustiva;

a. Indicación de las marcas, el número, la cantidad o el peso de las mercancías; declaración de la índole o el valor de las mercancías; emisión de un recibo, factura o comprobante por las mercancías.

b. Notificación a alguna persona de las cláusulas y condiciones del contrato; comunicación de instrucciones al portador.

c. Reclamación de la entrega de las mercancías; autorización para proceder a la entrega de las mercancías; notificación de la pérdida de las mercancías o de los daños que hayan sufrido.

d. Cualquier otra notificación o declaración relativas al cumplimiento del contrato.



- e. Promesa de hacer entrega de las mercancías a la persona designada o a una persona autorizada para reclamar esa entrega.
- f. Concesión, adquisición, renuncia, restitución, transferencia o negociación de algún derecho sobre mercancías.
- g. Adquisición o transferencia de derechos y obligaciones con arreglo al contrato.

Z. Documentos de transporte: En los casos en que la ley requiera que alguno de los actos enunciados en el se lleve a cabo por escrito o mediante un documento que conste de papel, ese requisito quedará satisfecho cuando el acto se lleve a cabo por medio de uno o más mensajes de datos.

A.A. Efectos jurídicos de una firma electrónica o firma electrónica avanzada: La firma electrónica o la firma electrónica avanzada, la cual podrá estar certificada por una entidad prestadora de servicios de certificación, que haya sido producida por un dispositivo seguro de creación de firma, tendrá, respecto de los datos consignados en forma electrónica, el mismo valor jurídico que la firma manuscrita en relación con los consignados en papel y será admisible como prueba en juicio, valorándose ésta, según los criterios de apreciación establecidos en las normas procesales.

Para considerarse fiable el uso de una firma electrónica avanzada, ésta tendrá que incorporar como mínimo los atributos siguientes:

- a. Que los datos de creación de la firma, en el contexto en que son utilizados, corresponden exclusivamente al firmante;
- b. Que los datos de creación de la firma estaban, en el momento de la firma, bajo el control exclusivo del firmante;
- c. Que sea posible detectar cualquier alteración de la firma electrónica hecha después del momento de la firma; y,
- d. Cuando uno de los objetivos del requisito legal de la firma consista en dar seguridades en cuanto a la integridad de la información a que corresponde, que sea posible detectar cualquier alteración de esa información hecha después del momento de la firma.



A.B. Órgano competente: El Estado a través del órgano o entidad correspondiente, podrá atribuir competencia a una persona, órgano o entidad pública o privada, para determinar qué firmas electrónicas cumplen con lo dispuesto en el artículo 33 anterior. Para tal efecto, dicha determinación que se haga deberá ser compatible con las normas o criterios internacionales reconocidos.

A.C. Reconocimiento de certificados extranjeros y de firmas electrónicas extranjeras: Al determinar si un certificado o una firma electrónica producen efectos jurídicos, o en qué medida los producen, no se tomará en consideración:

- a. Lugar en que se haya expedido el certificado o en que se haya creado o utilizado la firma electrónica; ni,
- b. El lugar en que se encuentre el establecimiento del expedidor o del firmante.

A.D. Características y requerimientos de los prestadores de servicios de certificación: Podrán ser prestadores de servicios de certificación, las personas jurídicas, tanto públicas como privadas, de origen nacional o extranjero, que previa solicitud sean autorizadas por el Registro de Prestadores de Servicios de Certificación del Ministerio de Economía y que cumplan con los requerimientos establecidos por ésta, con base en las condiciones siguientes:

- a. Contar con la capacidad económica y financiera suficiente para prestar los servicios autorizados como prestadores de servicios de certificación.
- b. Contar con la capacidad y elementos técnicos necesarios para la generación de firmas electrónicas avanzadas, la emisión de certificados sobre la autenticidad de las mismas y la conservación de mensajes de datos en los términos establecidos en esta ley.
- c. Los representantes legales y administradores no podrán ser personas que hayan sido condenadas a pena privativa de libertad, o que hayan sido suspendidas en el ejercicio de su profesión por falta grave contra la ética o hayan sido excluidas de aquella.
- d. Contar con las acreditaciones necesarias por los órganos o entidades correspondientes según la normativa vigente.



A.E. Remuneración por la presión de servicios: La remuneración por los servicios de los prestadores de servicios de certificación será establecida libremente por éstos.

A.F. Terminación unilateral: Salvo acuerdo entre las partes, el prestador de servicios de certificación podrá dar por terminado el acuerdo de vinculación con el firmante dando un preaviso no menor al plazo de noventa días. Vencido este término, el prestador de servicio de certificación revocará los certificados que se encuentren pendientes de expiración.

Igualmente, el firmante podrá dar por terminado el acuerdo de vinculación con la sociedad de certificación dando preaviso no inferior al plazo de treinta días.

A.G. Contenido de los certificados: Un certificado emitido por un prestador de servicios de certificación autorizada, además de estar firmado electrónicamente por éste, debe contener por lo menos lo siguiente:

- a. Nombre, dirección y domicilio del firmante.
- b. Identificación del firmante nombrado en el certificado.
- c. El nombre, la dirección y el lugar donde realiza actividades la prestadora de servicios de certificación,
- d. La clave pública del usuario en los casos de la tecnología de criptografía asimétrica.
- e. La metodología para verificar la firma electrónica del firmante impuesta en la comunicación electrónica.
- f. El número de serie del certificado.
- g. Fecha de emisión y expiración del certificado.

A.H. Revocación de certificados: El firmante de una firma electrónica avanzada certificada, podrá solicitar a la prestadora de servicios de certificación que expidió un certificado, la revocación del mismo.

A.I. Funciones del registro de prestadores de servicios de certificación: El Registro de Prestadores de Servicios de Certificación, adscrito al Ministerio de Economía ejercerá



las facultades que legalmente le han sido asignadas respecto de las entidades prestadoras de servicios de certificación, y adicionalmente tendrá las funciones siguientes:

- a. Autorizar la actividad de las entidades prestadoras de servicios de certificación.
- b. Velar por el funcionamiento y la eficiente prestación del servicio por parte de las prestadoras de servicios de certificación.
- c. Realizar visitas de auditoria a las prestadoras de servicios de certificación.
- d. Imponer sanciones a las prestadoras de servicios de certificación en caso de incumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación del servicio.
- e. Ordenar la revocación de certificados cuando la prestadora de servicios de certificación los emita sin el cumplimiento de las formalidades legales.
- f. Velar por la observancia de las disposiciones constitucionales y legales sobre la promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas, competencia desleal y protección del consumidor.

A.J. Información en línea: Sin perjuicio de cumplir con la legislación vigente para comerciantes y empresas mercantiles, las empresas que realicen comercio electrónico deberán proveer la siguiente información:

- a. Información sobre la empresa: Las empresas que realicen transacciones con los consumidores por medio del comercio electrónico deben proporcionar de manera precisa, clara y fácilmente accesible, información suficiente sobre ellas mismas, que permita al menos:
 - b. Información sobre los bienes o servicios: Las empresas que realicen transacciones con consumidores por medio del comercio electrónico deben proporcionar, información precisa y fácilmente accesible que describa los bienes o servicios ofrecidos, de manera que permita a los consumidores tomar una decisión informada antes de participar en la transacción y en términos que les permita mantener un adecuado registro de dicha información.



A.K. Plazo: El Ministerio de Economía creará y organizará el Registro de Prestadores de Servicios de Certificación en un plazo no mayor a sesenta días después de entrada en vigencia la presente ley.





CAPITULO III

3. Regulación jurídica de negocios

3.1. Definición

Ordenamiento de o régimen de algo; y lo jurídico es lo que atañe al derecho o se ajusta al llamado también aquel en que se administra justicia como convenio en un tribunal compuesto por varios jueces; y el negocio es la ecuación, actividad, tarea, empleo o trabajo en cuanto forma objeto de la finalidad de una gestión lucrativa o interesada.

3.2. Regulación Necesaria

Uno de los debates principales es le de la aplicable a las controversias surgidas en una relación de comercio electrónico. En la actualidad existen dos posibilidades: que la ley aplicable sea la del país del comprador (consumidor) o que sea del país vendedor.

La aplicación de la Ley del país del consumidor, supondría un impacto negativo en el desarrollo del comercio electrónico, dado que las empresas europeas tendrían que hacer frente a burocráticas exigencias a la hora de ofrecer sus servicios en otros Estados miembros. No parecería razonable exigir a una, (pequeña y mediana empresa), que ofrece productos a través de Internet, que conozca la legislación de todos y cada uno de los Estados miembros; ya que de ese modo, se colocaría a las empresas europea en una situación de inferioridad frente al resto de la empresas mundiales, principalmente estadounidenses, que ya nos llevan una gran ventaja en el desarrollo de la economía digital. También hay que señalar que el lugar desde el que el destinatario efectúa la petición no siempre es fácil de conocer por parte del receptor de una petición a través de email y estas direcciones de correo electrónico no tienen asociado un código de país. Es decir, las direcciones email pueden ser del tipo `xyx@gmail.com` o `abc@hotmail.com`, por ejemplo. En cuyo caso el receptor de una comunicación está en un país o en otro. Más aún, si el criterio para establecer el lugar desde el que el destinatario del servicio efectúa su petición, al no poder ser geográfico



por las dificultades anteriormente mencionadas, se fija en función de la dirección IP utilizada, la situación tampoco se resuelve: el proveedor de acceso utiliza direcciones IP dinámicas para atender a clientes que pueden proceder de diversos países; empresas multinacionales disponen de un conjunto de direcciones IP con uno o más bytes iniciales iguales, que asignan basándose en sus necesidades entre los servidores y clientes de diferentes países.

Por otro lado, establecer el lugar desde el que el destinatario efectúa la petición como jurisdicción competente para conocer de los asuntos, acarreará los mismos problemas que el establecer que la Ley aplicable será la del lugar de residencia del consumidor que efectúa la petición. Supondrá que en la práctica una empresa que opere en Internet tenga que tener recursos para enfrentarse en caso de controversia a un proceso judicial en cualquiera de los 15 países comunitarios. Esto supone una clara desventaja para las pequeñas y medianas empresas, que se verán desiguales de recursos frente a las grandes empresas no comunitarias.

3.3. Cuestiones legales, políticas y sociales

Existen algunos aspectos abiertos y son:

Violaciones de marcas y derechos de autor, pérdida de derechos sobre secretos comerciales y responsabilidades. Por otra parte, deben considerarse las leyes, políticas económicas y censura gubernamentales.

Limitantes de jurisdicción. Frente al tema de la difusión o distribución de información de contenidos ilícitos, cada uno de los países en que estén instalados los servidores respectivos puede aplicar su legislación interna de delitos contra la moral, el orden público, la seguridad económica, la propiedad intelectual, la violación de los secretos, etc. Pero ese estado no puede pretender aplicar sus normas jurídicas más allá de los límites territoriales de su jurisdicción; existen excepciones, por ejemplo en materia de genocidio y delitos contra los derechos humanos, pero estas situaciones han sido calificadas previamente por la vía de acuerdos o tratados internacionales.



3.4. Como Evitar problemas legales a nivel mundial

Dado el estado incierto de un marco legal a nivel mundial para Internet, la información no deberá ser interpretada a modo de asesoramiento legal ni como una opinión sobre hechos o circunstancias específicas. Hay mucha oscilación en conexión con las regulaciones para Internet, tanto en el plano nacional como en el internacional; por lo tanto es importante para el comercio la asesoría legal capacitada.

A. Aspectos generales entorno a la contratación electrónica: La contratación electrónica se presenta al mundo como una nueva forma de intercambiar bienes y servicios. Por el constante avance tecnológico, la confianza que le brindan los agentes económicos, la importancia y trascendencia que va alcanzando para el desarrollo de la sociedad, etc., la convierten en materia de interés jurídico, en vista que es llamada a ser uno de los aspectos fundamentales para la creación de riqueza en la sociedad. La Contratación electrónica, es la que se efectúa a través de cualquier medio electrónico que tiene, o puede tener incidencia real y directa sobre la formación de la voluntad, el desarrollo o la interpretación futura del acuerdo.

En esta forma de interactuar, el contacto presencial entre las partes desaparece, surgiendo una interacción electrónica. Este nuevo medio permite que desde cualquier parte del mundo se pueda contratar en segundos; en tal sentido la manifestación de voluntad de los interesados trasciende sus fronteras de origen para dar vida y crecimiento al mercado más competitivo y eficiente de todos los tiempos, por lo que surge como una realidad innegable, el concepto de Aldea Global. Frente a los hechos, es de vital importancia dedicar tiempo y esfuerzo a encontrar mecanismos legales que brinden la seguridad a los interesados en manifestar su voluntad por medios electrónicos.

B. Necesidad de seguridad en la contratación electrónica: Por el desarrollo tecnológico alcanzado, se ha logrado la interacción entre computadoras, situación que permite estar



en condiciones de transmitir a distancias millones de datos, información, bienes y servicios, etc., resultando de ello la contratación electrónica y sus diversas aplicaciones, por ejemplo en el transporte de mercancías e información; en el comercio en general; en el ámbito financiero y en casi todas las actividades del ser humano debido a las facilidades para la transmisión, emisión y recepción de señales, imágenes, sonidos de todo tipo, por medio de diferentes elementos como los cables de cobre, cables coaxiales, y fibra óptica; por esta diversidad de medios de transporte se logra el complemento ideal entre la contratación electrónica y los servicios de telecomunicaciones, acelerándose el proceso de expansión de la contratación electrónica, a todas las áreas del quehacer humano. Los elementos electrónicos, en unión con la redes de telecomunicaciones, han permitido la creación de una zona donde las personas puedan relacionarse sin estar físicamente presentes, creándose un nuevo espacio para la contratación electrónica, denominado Ciberespacio. Dentro de esta perspectiva es importante recalcar que el comercio electrónico y la contratación electrónica en general, vienen cambiando muchas de nuestras costumbres en el ámbito de la transferencia de bienes y servicios, los sistemas de pago, las transacciones de línea, etc.; que hacen indispensable las adopciones de medidas de seguridad, tanto técnicas como legales.

“La seguridad es uno los problemas fundamentales que interfieren con el desarrollo de la contratación electrónica, por esta razón todos los países deben tomar las medidas correctivas a fin de evitar que desconocidos alteren los contenidos, las manifestaciones de voluntad y el orden de las redes en general. Frente a tales circunstancias es necesario contar con legislación que regule en forma armónica y uniforme las medidas de seguridad que se deben adoptar para enfrentar tales hechos”.⁴

⁴ UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, 2002. *Internet Comercio Electrónico & Telecomunicaciones*, pág. 156

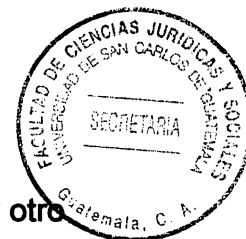


3.5. Jurisdicción en Internet

Dado que el Internet crea una aldea global sin que existan leyes globales, el tema de la jurisdicción en Internet es un punto clave. Si se realiza un negocio a través de Internet, es importante saber si se encuentra de la jurisdicción de otros países. El concepto de extraterritorialidad es crítico para cualquier tipo de negocio en la Web. Si el comercio electrónico está ubicado en Francia y los clientes en Italia y España, es necesario saber que jurisdicción les compete. En el mundo real, existen numerosas regulaciones a favor de los clientes al hacer regir las leyes de sus respectivos países. La mayoría de los comercios en el mundo real tiene plazos y condiciones que se encuentran dentro de las leyes del país del cliente y el comercio.

El Internet posibilita a clientes de todo el mundo hacer negocios con una empresa en particular. Y es allí donde los negocios en línea deben crear plazos y condiciones on-line que se amolden a las leyes de todos los países. Armar una página Web y arrancar con un negocio on-line sin contar con limitación alguna probablemente infringe las leyes en la mayoría de los países del mundo. Como no hay manera de restringir una página Web a un determinado país, se requiere una solución a nivel mundial. No restricciones mundiales, así que será necesario buscar en los países en lo que se espera hacer negocios. Para todos los demás países, será importante dirigir la atención de los clientes a las condiciones del país de origen, con información sobre cómo celebrar o rechazar un contrato o qué ley será de aplicación en caso de una disputa. Por lo tanto, dicho texto debería ser presentado en la página principal de un link desde cualquier página Web.

La legislación del comercio electrónico resulta una garantía por tratarse de una ley recomendada a todos los países del mundo, la cual ya han incluido en sus legislaciones naciones como Corea, Singapur y el estado de Illinois, en Estados Unidos, además de encontrarse en proceso de adopción en los Congresos de Australia y Canadá. No obstante, también es un riesgo por esa misma causa: ser global, ya que las situaciones son muy dispares en las naciones, sobre todo en educación y naturalidad en el uso de



la computadora, como ocurre en Guatemala respecto Estados Unidos. Además hay otro problema -no menos grave- para aplicar en todos los países la citada Ley Modelo: los algoritmos de seguridad. La legislación vigente de Estados Unidos prohíbe a toda empresa o individuo de su país vender en el extranjero cualquier parte o la totalidad de la tecnología de seguridad de datos de 128 bits, la que se utiliza en esa nación para las transacciones comerciales electrónicas confiables.

Los problemas más acuciosos, desde el punto de vista jurídico, son la autenticación de la identidad de las personas (entre jurídicos) que realizan actos jurídicos, así como de los contenidos de negociación, las huellas para efectos de prueba e interpretación en caso de conflicto posterior.

Hablar de seguridad informática, de los esfuerzos y políticas que implementan las empresas, instituciones de gobierno, sector académico, industria, entre otras, no solo implica entender la tecnología y herramientas que nos permiten poner barreras y filtros en las interconexiones de nuestra empresa con el exterior, sino también entender y crear una nueva cultura hacia el interior de la institución, ya que el enemigo puede estar adentro y ni siquiera saber que el es un riesgo.

Hay muchas cosas sobre las cuales se tendrá que reflexionar y cambiar procesos y normas legales, pero sobre todo, para los abogados, este estallido de tecnología representa un cambio de mentalidad: aceptar la electrónica nos hace sentir inseguros ante la novedad. Por ejemplo, que el gobierno requerirá comercio electrónico en las transferencias de pagos, recolección de impuestos y legislación, en lugar de solamente permitirlo. También se asume que algunos aspectos tales como prisiones, policía, ejército, transportes e investigaciones serán apoyadas y afectadas por el Internet. Las mayores áreas de entrega serán una parte de la educación, salud, comercio electrónico, licencias y diseminación de información.



3.6. Problemática legal del comercio electrónico.

Con la generalización de los ordenadores personales en los hogares y la aparición de nuevos sistemas de comunicación, el comercio electrónico se está convirtiendo en un canal de distribución sumamente atrayente, tanto para los consumidores, como para los empresarios. Las redes informáticas abiertas, tales como internet, serán con toda probabilidad el medio clave para la comercialización a distancia de productos y servicios.

Como muestra de esta nueva realidad pueden señalarse proyectos de teletrabajo, tiendas virtuales, relaciones proveedores-empresas vía contratos de intercambio de datos electrónicos, sistemas de pago electrónico, compras de obras audiovisuales, música, fotografías, libros o programas de ordenador a través de medios telemáticos.

Agentes especialmente interesados en esta nueva forma de comerciar ya prestan servicios tradicionales a través de Redes y se plantean por un lado, ampliar la variedad de su oferta y por otro, introducirse en nuevos mercados.

La entidad que desee introducir este tipo de servicios debe analizar una serie de cuestiones, que inciden tanto en un momento anterior al lanzamiento del producto como en su futuro desarrollo. Desde un punto de vista legal debe tomar en consideración, como mínimo, una serie de problemáticas.

A.- Propiedad intelectual e industrial: Gran parte de los productos que se van a comercializar por medios electrónicos tales como vídeo, sonido, fotografías, bases de datos, programas de ordenador, texto, animaciones...pueden ser considerados creaciones intelectuales. La normativa actualmente vigente en esta materia protege los derechos personales y de explotación de los autores, hasta su entrada en el dominio público.



Indudablemente hay que tener en cuenta que cualquier entidad que desee comercializar estos productos debe analizar la normativa vigente con el fin de ajustarse a la legalidad y no infringir los derechos de autores.

Esta misma protección sería de aplicación a las creaciones intelectuales que puedan ser desarrolladas por la propia empresa o por un tercero por encargo de esta en la implantación y desarrollo de sus sistemas de comercio electrónico. Siendo de vital importancia en este último caso, el comprobar que se han cedido los derechos de autor de dicha creación intelectual, para así evitar futuros conflictos.

Si el producto o servicio comercializado está protegido como marca, deberá tenerse en cuenta la protección vigente en materia de propiedad industrial.

B.- Ley orgánica de regulación del tratamiento automatizado de datos de carácter personal: La proliferación del comercio electrónico conlleva la necesidad de creación de grandes bases de datos con información relativa de datos personales de personas físicas e interconexión de unas bases de datos con otras, con la consecuente cesión de datos.

Existe legislación española y comunitaria referente a la protección de la privacidad de los ciudadanos, entendida como conjunto de facetas de su personalidad que, aisladamente consideradas, pueden carecer de significación intrínseca pero que, coherentemente enlazadas entre sí arrojan como precipitado un retrato de la personalidad del individuo que este tiene derecho a mantener reservado y al uso que de sus datos personales se puede llevar a cabo a través de ellas.

C. Derecho de las telecomunicaciones: Partiendo de la premisa de que para realizar negocios vía telemática es necesario poseer o contratar líneas de telecomunicaciones, surgen relaciones jurídicas con diferentes agentes, tales como operadores de telecomunicaciones, proveedores de servicios y de contenidos, que afectan tanto a la empresa como al usuario final.



Estas relaciones jurídicas deberán ser objeto de un análisis que prevea situaciones de conflicto como responsabilidad de proveedores, difusión de contenidos ilícitos en la red, calidad de servicio o cumplimiento de la legislación aplicable y sus posibles soluciones. Una vez definidas, serán conveniente plasmadas en un contrato por las partes intervinientes.

D. Seguridad y valor probatorio del documento electrónico: Uno de los problemas que se plantean a la hora de acometer una solución de comercio electrónico es la seguridad. Esta afecta a la autenticidad de las partes, confidencialidad e integridad y no repudio del documento. Las soluciones en materia de seguridad son necesarias tanto para conseguir la confianza del usuario como para cumplir con la legislación que en materia de protección de datos pueda desarrollarse.

Relacionado con lo anterior, aparecen grandes problemas relativos a la prueba de las transacciones electrónicas en las posibles reclamaciones por los usuarios y organizaciones de consumidores derivadas de la ejecución de los servicios contratados a través de medios telemáticos.

En este sentido, han comenzado a crearse empresas que realizan funciones de certificación de documentos, utilizando las últimas técnicas de criptografía. La contratación con una autoridad de certificación o notario electrónico podría ser una solución alternativa, si bien será conveniente analizar los procedimientos seguidos por dichas entidades, así como cuestiones de atribución de competencia o valor público o privado del documento generado.

F. Problemas legales de las direcciones electrónicas: Las direcciones electrónicas son el sistema numérico básico de intercomunicación en la Red, que asigna direcciones de origen y destino, es decir identifican los distintos ordenadores conectados a la Red. Para facilitar el uso de estos números, aparecen los nombres de Dominio, que son nombres asociados a direcciones electrónicas y que contribuyen su domicilio. Estas



direcciones son identificables desde cualquier ordenador conectado a la Red, las cuales son únicas para cada agente.

Tener un nombre de dominio deducible es vital para las compañías que quieran realizar su actividad en internet. Así conocidas instituciones, tanto comerciales como no, se presentan en la Red con el nombre que utilizan en otros ámbitos,

Por otra parte el uso indiscriminado de las direcciones electrónicas puede ocasionar graves perjuicios debido a una utilización fraudulenta. Un claro ejemplo fue el ocurrido en una gran superficie que realizaba sus ventas a través de la Red. La utilización indebida por parte de un tercero del número IP le ocasionó grandes pérdidas.

Independientemente de las actividades técnicas de prevención, será necesario adoptar las soluciones jurídicas y llevar acabo las acciones legales pertinentes.

G. Contenidos ilícitos en la red: Como venimos señalando la aparición de Redes abiertas son una nueva forma de distribución y comunicación. Al no existir una regulación concreta y estar en fases iniciales de desarrollo permiten la transmisión de una serie de contenidos potencialmente ilícitos o nocivos, así como la capacidad para ser utilizados como medio de actividades criminales.

La tipificación de estas actividades corresponde a los distintos Estados apareciendo complicaciones derivadas de la internacionalización de las Redes. La posible responsabilidad subsidiaria exigible a proveedores de servicios de información, de contenidos y operadores de telecomunicaciones es uno de los temas a plantear, siendo objeto de un profundo análisis por la Unión Europea.

H. Teletrabajo: En nuestra actual sociedad de la información, el cambio de determinados hábitos de vida, junto con el desarrollo de la informática y de las telecomunicaciones, está transformando el entorno de trabajo. Una de las muestras más representativas de esta evolución es el cada vez mayor número de experiencias



de teletrabajo en las empresas americanas y europeas, impulsadas en este último continente por la propia Unión Europea. Como definición general se entiende por teletrabajo la actividad profesional realizada a distancia y haciendo uso de las telecomunicaciones.

Se plantean dudas sobre si existe una regulación que contemple las vicisitudes que surgen de estas nuevas relaciones, de modo que queden protegidos los intereses tanto del trabajador como del empresario, así como sobre otros aspectos legales derivados de los medios necesarios para realizar actividades de trabajo.

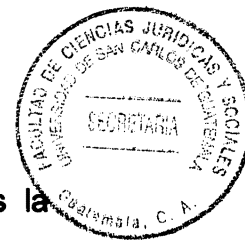
De modo genérico podemos afirmar que la vigente legislación en materia laboral es aplicable, si bien debe ser completada por acuerdo individual o colectivo así como preverse soluciones a problemas particulares derivados de las características de esta nueva forma de trabajo.

Los problemas legales se pueden resumir en los siguientes aspectos:

Producción de contratos sin papel, con escasa validez jurídica.

- a. Generación de fraudes fiscales al existir transacciones no controladas por el fisco.
- b. Quebrantamientos de la protección de los derechos de propiedad intelectual.
- c. Indefensión de los consumidores ante publicidad engañosa o no deseada, fraude, contenidos ilegales y uso abusivo de datos personales.
- d. Falta de tipicidad penal y de policía especializada en el control de conductas antijurídicas.
- e. Falta de seguridad y confianza al suministrar los datos de la tarjeta de crédito y en general sobre los medios de pago.
- f. Preocupaciones sobre problemas acerca de la fiabilidad del vendedor, la devolución del producto, la utilización de datos personales para el envío de publicidad no deseada, o la cesión de éstos a otras empresas.

Los primeros intentos por legislar al respecto se toparon con una decidida oposición de las grandes empresas de Internet, que apoyaron la idea de autorregulación, concepto



que sin embargo no ha tenido éxito por obvias razones. Lo que complica más la situación es que la principal ventaja del comercio en red, es que es internacional, lo cual genera conflictos entre las legislaciones de diversos países. La Unión Europea ya ha dado los primeros pasos para regular el comercio en red, mediante una directiva en la que se establecen diversas reglas para dirimir problemas como el anterior, estableciendo una cláusula de "país de origen" y el arbitraje de diversos organismos internacionales. Esto vale al momento sólo para los quince países de la Unión pero puede brindar un modelo a futuro.

3.7. Uniformidad mundial en la Legislación Jurídica del Comercio Electrónico:

Existen órganos a nivel internacional que tratan de velar por una uniformidad del comercio en general y están trabajando en buscar la forma de regular el comercio electrónico a nivel mundial con países que ratifiquen los tratados que esta comisión promulga en el derecho interno de cada país miembro.

El comercio acelera el crecimiento, mejora el nivel de vida, crea nuevas oportunidades. Con el objetivo de incrementar estas oportunidades en todo el mundo Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, formula normas modernas, equitativas y armonizadas para regular las operaciones comerciales. Sus actividades son principalmente las siguientes:

Elaboración de convenios, leyes modelo y normas aceptables a escala mundial.

Preparación de guías jurídicas y legislativas y la formulación de recomendaciones de gran valor práctico.

Presentación de información actualizada sobre jurisprudencia referente a los instrumentos y normas derecho mercantil uniforme y sobre su incorporación al derecho interno.

La prestación de asistencia técnica en proyectos de reforma de la legislación.



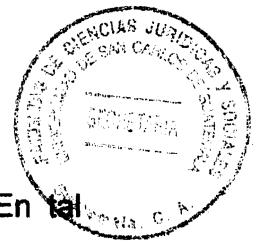
Organización de seminarios regionales y nacionales sobre derecho mercantil uniforme.

3.8. Patente de Comercio y Comercio Electrónico

La patente de comercio es lo que se debe tramitar para abrir un negocio al público en el Gobierno de Guatemala, en consecuencia corresponde en este estudio realizar el análisis correspondiente a fin de profundizar nuestro punto de vista crítico a la legislación Guatemalteca actual y abrogada, es decir, al derecho positivo Guatemalteco municipal y administrativo, al igual que al derecho tributario Guatemalteco, porque la licencia de funcionamiento es un tributo. En consecuencia a continuación estudiaremos este tributo para tener sólidos conocimientos de derecho municipal y de esta forma hacer la propuesta legislativa del caso, la cual servirá para incrementar el número de empresas en el Gobierno de Guatemala.

Una forma de hacer algunos negocios es con tiendas electrónicas por lo cual es claro que debe aprobarse una ley en el Gobierno de Guatemala para que no sea requisito licencia de funcionamiento para las mismas, de tal forma que se simplificarían los procedimientos para la constitución de empresas en el Gobierno de Guatemala, y en consecuencia se incentive la apertura de negocios on line, los cuales servirá para generar mayores puestos de trabajo, no sólo en el Gobierno de Guatemala sino también en el extranjero. Porque no se abre puertas al público, sino que el local está cerrado al público, de tal forma que no existe atención en persona a los clientes y compradores, sino que es una atención a distancia o contratos entre ausentes, de tal forma que se cambia la modalidad de contratación, para celebrar contratos a distancia, entre personas ubicadas en distintas ciudades, distritos, departamentos, regiones, países, o continentes o planetas o satélites, por lo cual es claro que la forma de pensar tradicional debe cambiar con un giro de ciento ochenta grados para el bienestar de la economía.

Es decir, existe una transformación del derecho de los contratos, la cual debe ser materia de estudio en forma celosa por parte de los juristas y abogados, dejando



constancia que para algunos autores, algunos de los abogados son juristas. En tal sentido para estos sería complejo diferenciarlos y en este orden de ideas es claro que amerita los estudios correspondientes.



CAPÍTULO IV

4. efectos de la regulación jurídica y tributación del comercio electrónico en Guatemala

4.1. Efectos

A continuación se mencionan algunas características derivadas del desarrollo del comercio electrónico:

a. **Empresas virtuales.** Es la oportunidad para utilizar socios comerciales externos sin una ubicación física, pues se establece una relación basada en transacciones electrónicas.

b. **Los vendedores pequeños acceden al mercado global.** Tradicionalmente estos mercados que tan sólo han estado abiertos para las multinacionales, se vuelven accesibles a las compañías más pequeñas debido a la escasa cantidad de recursos necesarios para funcionar en el extranjero.

c. **Transformación de tiendas de venta al menudeo.** El crecimiento de las compras desde el hogar y de la venta directa por parte de los fabricantes provocará una disminución en los precios, y en consecuencia, una reducción de las comisiones.

d. **Presión sobre el servicio al cliente, el ciclo de desarrollo y los costos.** Aumentará la necesidad de la entrega rápida y directa. La cadena de valor será cada vez menos tolerante con la necesidad de inventarios y almacenamiento. Será inevitable el incremento de la competencia, así como de la necesidad de dinero electrónico.

4.2. Ventajas de la regulación del comercio electrónico

El Internet está disponible en todo el mundo, durante las 24 hrs., del día, los siete días de la semana. Es fácil de usar e implica costos de transacción bajos para el consumidor final, así como para el vendedor, si se los compara con los costos de los canales de



distribución tradicionales. Internet permite una comunicación de ida y vuelta, que facilita la respuesta directa de los clientes, y funciona con estándares abiertos, que posibilitan la interoperabilidad de empresas, sitios Web y servicios. Hacer negocios en línea presenta varias ventajas:

- a. **Accesibilidad global y mayor campo de ventas:** las organizaciones pueden ampliar su base de clientes e incluso su línea de productos.
- b. **Relaciones más estrechas:** el trato Business-to-business puede dar lugar a relaciones más estrechas.
- c. **Muestras Gratis:** es posible probar productos por la Web en forma rápida, simple y gratuita.
- d. **Costos reducidos:** las empresas pueden reducir sus costosas producciones cambiando los precios dinámicamente.
- e. **Trasposos de un medio a otro:** Internet reduce la cantidad de trasposos de un medio a otro que hacen falta para transmitir información.
- f. **Tiempo de salida al mercado:** se reducen los tiempo de salida al mercado así como los tiempos de respuesta ante las demandas constantes.
- g. **Fidelidad del cliente:** mejora la fidelidad del cliente y el servicio, ya que facilita el acceso a la información más reciente y el sitio está siempre abierto.

Una página Web brinda posibilidad de reducir el costo del trabajo. Mantiene la información en una sola plataforma digital, que comparten todos los participantes del proceso sin peligro de perder información durante la conversión. “Además de ser más



cómoda, esta permite la incorporación de nuevas aplicaciones que antes no era posible incorporar".⁵

4.3. Panorama general del mercado del comercio electrónico

Una transacción típica de comercio electrónico abarca tres pasos generales. Primero, una persona se sirve de la Web para recopilar información que le ayude a decidir qué producto o servicio comprar. Segundo, la persona transmite por Web la información de pago por ejemplo, el número de su tarjeta de crédito al vendedor. Tercero, el vendedor procesa la información de pago y entrega el producto o servicio al cliente.

Un debate acerca de cómo medir el comercio electrónico gira en torno a cómo ha de contarse una transacción en la que el comprador usa Web para reunir información, pero realiza su compra en una canal diferente. Como cuestión práctica, es un hecho que muchos consumidores continuarán usando Web para obtener información; sin embargo, colocarán los pedidos por teléfono o visitando la tienda. Estas transacciones no cuentan como comercio electrónico, aun cuando deban considerarse como facilitadas por Web.

El departamento de Comercio de Estados Unidos estimó que el mercado de comercio electrónico totalizó 2 700 millones de dólares en 2005 y aumentó a 21 800 millones de dólares en 2006. Esta cifra ascendió a más del triple, 73 900 millones de dólares en 2007, y podría llegar a 1.2 billones en el año 2012. Cómo éstas y las estadísticas siguientes indicarán, no hay falta de entusiasmo por la magnitud y crecimiento de la oportunidad de hacer negocios que permite el comercio electrónico.

4.4. Seguridad en el Comercio Electrónico

La seguridad es una factor de medición de la confianza, y al hablar de seguridad no sólo se refiere a que las transacciones de intercambio sean seguras, sino que esa seguridad sea respaldada por una certificación de una agencia externa, lo que le

⁵ Amor, Daniel, *La (R) Evolución E-Business*, pág. 56



garantiza a la empresa la confianza de los consumidores de que no sólo una página Web simple sumergida en la inmensidad de la Red.

Otro factor que ha contribuido a la falta de confianza en el comercio electrónico es sin duda la falta de información. Se debe tener presente que la cultura digital es aquella capacidad que nos permite usar y entender la tecnología junto sus beneficios; es la posibilidad de comprender que su aplicación en la vida cotidiana puede ser de gran utilidad. Por tanto, el poder de esta dinámica no se encuentra en las máquinas o en las nuevas tecnología en modos que ni siquiera se ha anticipado. “En la era del comercio electrónico, vender no es sólo ofrecer productos, sino también y sobre todo explicar el uso y el beneficio que la tecnología otorga a la vida cotidiana del comprador”.⁶

4.5. Particularidades tributarias relativas al comercio electrónico

Es claro que todo lo relativo a Internet es necesariamente revolucionario. El hecho de abarcar todos los ámbitos de la sociedad, incluyendo sus actores a presupuesto una serie de obstáculos para regular su espacio de acción. De hecho, desde el punto de vista jurídico, uno de los aspectos más relevantes de esta nueva jurisdicción que es Internet, es la dificultad que envuelve la regulación de los diferentes actos que se dan bajo ella, en donde coliguen intereses contrapuestos de los diferentes Estados interventores, que de una u otra forma se ven afectados y sienten que tienen derecho a generar beneficios, en el caso de los fiscales, o que sienten que tienen derecho a fiscalizar los actos de otros que están tomando ventaja o perjudicando sus intereses. Ese deberá ser el mayor reto de los estudiosos: lograr el consenso internacional en materia de Internet. Al no existir organismos internacionales que vigilen la transparencia de los procesos de forma que puedan ejercer un control efectivo sobre los mismos, aunado al crecimiento exponencial, desarrollo y evolución tecnológicas, además de lo versátil y flexible del ambiente, y finalmente, al anonimato que permite la red de redes,

⁶ Delgado Andía, Víctor, **Análisis de los Antecedentes y Posibles Alternativas para lograr adecuar la estrategia punto-com a un Ambiente de Intensa Competencia**, pág. 24



se hace sumamente difícil lograr regular una jurisdicción que, empezando, no es de nadie y es de todos.

Los planteamientos vigentes en la actualidad en torno a la cuestión de cuál debe ser la respuesta que ofrezca el Derecho Fiscal al enfrentarse con el fenómeno del comercio electrónico son diversos y responden también a intereses heterogéneos. Por un lado están quienes consideran en cierta medida inútil y hasta inconveniente (al menos por el momento) el esfuerzo por crear un marco normativo tributario estable que haga frente a la nueva realidad del comercio electrónico. Inútil por la imposibilidad de ajustar los conceptos tributarios tradicionales al nuevo ámbito, por la imposibilidad de ejercitar un efectivo control sobre las transacciones telemáticas, y por la excesiva vinculación de los diversos sistemas tributarios nacionales a la idea de la soberanía fiscal de cada Estado, circunstancia que impedirá la creación de una única autoridad tributaria internacional que pudiera hacer frente a los nuevos retos. Inconveniente por que tales esfuerzos encorsetarían y supondrían una rémora al desarrollo y crecimiento económicos que supone aumento exponencial del tráfico comercial en Internet.

Ante el nuevo fenómeno, existen varios planteamientos:

Diseñar un nuevo marco tributario que permita la debida fiscalización e imposición sobre las transacciones comerciales generadas en Internet.

Adaptar los esquemas tributarios ya establecidos al desarrollo de las nuevas tecnologías y ámbitos de acción de las mismas, de forma tal que no se creen nuevas figuras impositivas.

a. No hacer nada y dejar Internet sin regulación desde un punto de vista fiscal.

b. No sería conveniente adoptar el último planteamiento. Si bien es cierto, Internet es de difícil regulación, eso no significa que sea imposible de regular. El problema ya es latente en algunas jurisdicciones, en donde actividades desarrolladas pueden incluso ser delictuosas, mientras que desarrolladas bajo la Internet, son cobijadas por la anonimidad y perfectamente desarrolladas bajo esquemas similares en otras



jurisdicciones en donde no se consideran delitos. Tal es el caso de las apuestas deportivas y juegos de azar en línea.

Tampoco es conveniente adaptar las figuras impositivas ya establecidas al nuevo fenómeno, principalmente por la imposibilidad de asignación espacial geográfica a las actividades desarrolladas en Internet. Se debe recordar que los sistemas tributarios vigentes nacen de la territorialidad de los Estados, y basan sus figuras impositivas en individuos ubicados en esas jurisdicciones. En el caso de Internet, eso es prácticamente imposible, con lo que cualquier otro análisis más allá de la ubicación espacial carece de sentido.

Así que la única opción viable sería la de la creación de una nueva estructura tributaria basada en el principio de libertad que goza Internet.

4.6. Problemas básicos de la tributación del comercio electrónico

Para afrontar la labor de diseñar las adaptaciones necesarias del sistema tributario actual a la problemática generada por el comercio electrónico en Internet, debe partirse previamente del examen de los problemas fundamentales que plantea dicha adaptación, y que resultan en gran medida predicables tanto respecto de los impuestos directos como respecto de los indirectos. Un catálogo de dichos problemas podría ser el siguiente:

- a. Identificación efectiva de los sujetos intervinientes en las operaciones de comercio electrónico derivada de la aplicación de sistemas seguros de encriptado, de la utilización de seudónimos, de la deslocalización de los centros servidores a territorios que protegen el anonimato de los operadores, circunstancias todas que no permiten imputar a quien corresponda las rentas o los hechos imponible que hayan podido ser identificados o detectados por la administración tributaria.
- b. Control efectivo de las transacciones. La desaparición en el comercio electrónico de muchos de los intermediarios tradicionales (retenedores y suministradores de



información) en la producción y distribución de bienes y servicios, la fácil deslocalización de los centros servidores fuera de la jurisdicción guatemalteca, o la creación de dispositivos que borran las huellas o trazas de las transacciones telemáticas dificultan enormemente, no ya la tributación de dichas transacciones, sino su misma detección por las autoridades fiscales.

c. Problemas derivados de las limitaciones territoriales en la jurisdicción de las distintas Administración Tributaria que pueden conducir a situaciones de desimposición o de doble imposición y dificultar gravemente las posibilidades de obtención de información, dadas las limitaciones que ofrecen los cauces de intercambio de información y auxilio administrativo internacional entre Estados (CDI, y normativa comunitaria fundamentalmente).

d. Problemas técnicos asociados a la calificación de las rentas y hechos imposables derivados de la digitalización de productos o la desmaterialización de las entregas de bienes (software, propiedad industrial e intelectual).

e. Problemas técnicos en la delimitación de conceptos fundamentales para la efectiva aplicación (tanto interna como internacional) del sistema tributario como los asociados a la figura del establecimiento permanente o al concepto de valor de mercado en los supuestos de precios de transferencia y operaciones vinculadas.

f. Problemas asociados a la determinación de la imputación y devengo de rentas y hechos imposables y su individualización respecto a un contribuyente determinado.

Es sumamente claro que el ámbito bajo el cual se desarrolla la Internet es imposible de regular. Es imposible de regular desde todos los aspectos, empezando por el de identificar los interventores de los actos generado a través de la red.

Las páginas Web que en teoría son los instrumentos que utilizan los actores que comercian a través de Internet, están asociadas a un nombre de dominio, que es la



identificación virtual que se hace del origen de la información que se está leyendo, pero no necesariamente ese origen de información esté asociado al procesamiento de datos y en el caso que ocupa, esté asociado directamente a los responsables jurídicos de la oferta del posible contrato de comercio electrónico.

Por ejemplo, se puede acceder a una página Web que en principio ofrece información sobre la venta de libros impresos. En el momento en que la persona que está consultando la información de los catálogos de los libros disponibles, y escoge un tema en particular, en ese momento esa página Web puede, con solo el clic de la persona consultante, la ubica en otro dominio, en otro servidor, y en otro responsable jurídico de los actos. Una vez determinado el pedido por parte del comprador, cuando éste ejecute la opción pago, puede ser que esa página dirija al comprador a otro servidor que es el que se encarga de procesar la solicitud de pago y debitar de la tarjeta de débito o crédito del comprador el importe satisfactorio de la transacción.

Así pues, en una transacción de una compra de un libro a través de Internet, un comprador puede estar accediendo a diferentes dominios, diferentes servidores, ubicados en diferentes jurisdicciones, con lo que imposibilita la debida identificación de los actores, al menos para efectos del oferente, imposibilita el seguimiento de las transacciones, imposibilita la asignación territorial de las transacciones e imposibilita la localización de rentas y la debida imputación de hechos imponibles a los responsables de las transacciones.

4.7. Principios básicos de la tributación del comercio electrónico

Los principios fundamentales que deben imbuir el sistema de tributación directa e indirecta del comercio electrónico no deben ser muy distintos de los que con carácter general debe respetar el sistema tributario general. Siguiendo los propuestos por el Informe sobre el Impacto del Comercio Electrónico en la Superintendencia de Administración Tributaria podemos citar los siguientes:



Internacionalización: El comercio electrónico es un fenómeno global y transaccional, por lo que las medidas tributarias que se adoptenla respecto deben consensuarse y coordinarse a nivel internacional, a través de los foros ya existentes en la actualidad:

- a. La imposición del comercio electrónico no debe ni favorecer ni obstaculizar su desarrollo, en especial relación con el comercio tradicional.

- b. Las categorías fiscales adaptadas a la nueva realidad del comercio electrónico deberán, en la medida de lo posible, ser claras, precisas y sencillas y de fácil comprensión por los operadores, de modo que se facilite el cumplimiento fiscal voluntario.

- c. Suficiencia: de modo que la imposición del comercio electrónico soporte una tributación equivalente a la del comercio tradicional sin que por ello se pierda base fiscal ni se vea afectada la recaudación efectiva de los tributos que le afecten.

- d. Eficiencia: de manera que e minimice la presión fiscal indirecta que pueda afectar o condicionar las decisiones económicas de los operadores.

- e. Seguridad jurídica: de modo que se genere un entorno legal seguro, claro y preciso.

- f. Equidad en sus vertientes horizontal, de manera que no se discrimine a unos operadores frente a otros, y vertical, de forma que se tenga en cuenta la capacidad contributiva de los distintos agentes.

- g. Flexibilidad para que el sistema tributario pueda adaptarse a una realidad tecnológica en constante evolución.

- h. Coordinación con el resto del ordenamiento jurídico regulador del comercio electrónico, con las distintas Administraciones Tributarias nacionales e internacionales.



En principio, los principios que sustentan las bases de la tributación del comercio electrónico son adecuados y consistentes entre sí, de forma tal que podrían eventualmente permitir una apropiada regulación.

Lo que sucede es que en la mayoría de las transacciones que se dan, por las características de Internet y la imposibilidad de asignar responsabilidades, estaríamos a las puertas de regular lo imposible de regular.⁷

Es por eso que el principio de suficiencia sería el único que no podría aplicarse, en el tanto se trate de mantener el criterio impositivo tratando de homologar el comercio tradicional con el comercio electrónico.

Hasta la fecha, los intentos que algunos organismos internacionales como la OCDE han realizado para tratar de establecer mecanismos reguladores del comercio electrónico han sido infructuosos, en parte por la obstinación de pretender regular actos de comercio electrónico como actos de comercio tradicional.

I. Establecimiento permanente: Concepto que sustenta los sistemas tributarios de la mayoría de los países, que no tienen cabida dentro del comercio electrónico.

Corresponde a la explotación económica vinculada al territorio de un Estado (Estado de la fuente) y dependiente de una persona o entidad residente en otro Estado (Estado de residencia), constituye un ente autónomo a efectos de imposición en el Estado de la fuente (principio de tributación separada) y esta condición de centro independiente de imputación de rentas hace que dicho Estado globalice en el establecimiento las rentas obtenidas por éste en su territorio, configurando, de este modo, una modalidad de sujeción específica, más parecida en su alcance a la obligación personal. Este es el fenómeno conocido como "personalización del establecimiento permanente.

⁷ CAZORLA PRIETO, LUZ MARIA y CHICO DE LA CAMARA, PABLO. **Los Impuestos en el Comercio Electrónico**, pág. 56



El concepto de establecimiento permanente requiere que exista un lugar fijo de negocios, situación que es imposible de determinar en el comercio electrónico a través de Internet, con el objetivo de permitir al Estado de la fuente gravar las rentas generadas por ese lugar fijo de trabajo.

En otras palabras, se considera que debe existir presencia física en el país donde se ejerce la actividad económica, lo cual es bastante difícil de ubicar, al no tener claro cual es la actividad que se ejerce en determinado territorio, cuando hablamos de actividades desplegadas a través de Internet.

Una página Web hospedada en un servidor no implica necesariamente que sea establecimiento permanente en el país donde está ubicado ese servidor. Es muy fácil trasladar el hospedaje de un servidor, o desviar la atención de la ubicación de ese servidor, u otros servidores que pueden servir de entrada o puerto de enlace a los servidores que son los que despliegan las actividades comerciales, sin rastro alguno. Si fuera el caso, sería posible y estaría al alcance de cualquier ente jurídico el lograr colocar en línea páginas Web que resulten imposibles de rastrear o visualizar en qué servidor están ubicadas.

Puede ser imposible demostrar el país donde está ubicado un servidor, con lo cual se haría imposible reconocer como establecimiento permanente o lugar fijo de negocios una página Web ubicada en un servidor.

J. precios de transferencia: Se trata, en definitiva, de un concepto neutro, concebido como los precios a los que entregan bienes tangibles (acabados o intermedios) e intangibles, prestan servicios o comparten recursos las empresas vinculadas. Desde el punto de vista de la empresa de estructura fuertemente descentralizada, estos precios fijados para las operaciones entre los distintos puntos de una misma organización son necesarios para controlar eficientemente los mercados internos de la misma, cumpliendo, así dos funciones internas. Por un lado, asegurar la asignación óptima de los recursos de la empresa (para lo que motivan a los directores de las divisiones a



operar a un mayor grado de eficiencia) y, por otro lado, actuar como instrumento de control de la gestión o evaluación de los resultados económicos de cada miembro del grupo.

La característica primordial de este concepto radica en el vínculo que deben tener las entidades en cuestión. Es decir, aplica, en términos generales, a empresas asociadas o vinculadas entre sí, lo cual nos lleva al problema principal relacionado con el comercio electrónico, que es la anónima libertad de movimiento que tienen las partes involucradas, principalmente los oferentes.

Lo anterior no significa que los entes participantes queden en total anonimato al realizar transacciones de comercio electrónico.

Si bien es cierto que el contrato se puede perfeccionar de forma electrónica con el simple clic, también es cierto que en los casos de venta de bienes tangibles, estos tienen que por fuerza cursar el desarrollo tradicional del proceso de la venta que incluye, en los contratos inter jurisdiccionales, el pago de los derechos arancelarios, con lo que la operación deja de ser anónima y se sujeta a la normativa de los estados participantes.

4.8. Comercio Electrónico e Imposición en Guatemala

Las autoridades deben prever que el comercio electrónico no socave la capacidad del Gobierno para recaudar los ingresos públicos vía tributación. Asimismo, los principios de tributación que rigen a los gobiernos en relación con el comercio tradicional deberían adecuarse para su aplicación a esta nueva vía de comercialización.

La relación existente entre la jurisdicción tributaria y el comercio electrónico no es tan sencilla como se puede imaginar, dado que el término “comercio electrónico” reúne transacciones muy diversas, tanto en sus contenidos como en los sujetos intervinientes, incluso en la forma de su ejecución, pues la transacción puede concluirse y realizarse a través de la propia Web “on line” o por medio de otros medios “off line” como ser correo electrónico.



En Guatemala, las operaciones de comercio electrónico podrían ser alcanzadas por los gravámenes que integran el sistema tributario guatemalteco, entre ellos, el Impuesto al Valor Agregado. No obstante ello, se ha estimado conveniente evaluar su impacto para determinar si y en qué medida la legislación en vigor debería ser adaptada.

Se debe invitar a participar a otros organismos del gobierno relacionados con el tema bajo análisis, entre ellos, al Ministerio de Relaciones Exteriores, al Ministerio Público, a la Secretaría de Comunicaciones, Superintendencia de Administración Tributaria, a la Federación de la Pequeña y Mediana Empresa y Ministerio de Economía.

El objetivo de este Grupo es examinar las implicancias de las distintas modalidades del comercio electrónico en la República de Guatemala y los requerimientos que ellas plantean en materia de políticas públicas, partiendo de la premisa de que a las transacciones electrónicas deberían aplicarse los mismos principios de imposición que rigen respecto del comercio tradicional: (neutralidad, eficiencia, seguridad y simplicidad, eficacia e imparcialidad y flexibilidad).

El citado Grupo debe estar dividido en cinco subgrupos de trabajo temáticos a saber: comercial, legal, tributario, financiero y tecnológico. Debe destacarse que al Subgrupo de Asuntos Tributarios le corresponde la tarea de analizar el impacto en la recaudación fiscal como consecuencia del avance de las operaciones de comercio electrónico. En tal sentido, dicho subgrupo debe abocarse, en primer término, al estudio del fenómeno de la elusión y la evasión tributaria como factor de distorsión del comercio electrónico, así como la situación impositiva y aduanera de los bienes intangibles y los servicios, todo esto en el marco de la legislación vigente y de los compromisos internacionales asumidos.

Entre los temas que deben analizarse pueden destacarse: el concepto, el alcance, la caracterización y la potencialidad del comercio electrónico en el comercio exterior.

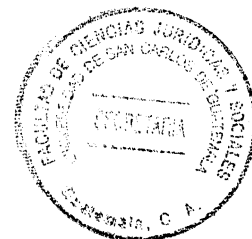




CONCLUSIONES

1. En la república de Guatemala aún son pocas empresas las que hacen uso del comercio electrónico, unas por falta de conocimiento de esta herramienta, otras porque no tienen mucha confianza en el sistema electrónico y otras porque prefieren hacer sus transacciones por el comercio no electrónico, de tal manera que las empresas no quieren cambiar la forma de hacer negociaciones por no correr el riesgo de cerrar sus operaciones.
2. Es evidente que en muchos países del hemisferio los legisladores se han preocupado por impulsar leyes relativas al comercio electrónico. Dichos congresistas saben la importancia económica que tiene en la actualidad estas normativas, sin embargo en Guatemala aún no contamos con esta valiosa norma que realmente no se le ha dado la importancia que merece.
3. En Guatemala existe un fenómeno muy repetitivo el cual consiste que entre las empresas intercambian correos electrónicos de los clientes, lo cual es una información que debería ser confidencial, generando con ello un abuso por parte de dichas empresas que por motivo de enviar por la red publicidad, compran y venden dicha información, provocando inseguridad en la red.
4. Hay varios países que ya cuentan con una legislación apropiada en cuanto al comercio electrónico, lo cual ha permitido que las empresas gocen de un incremento en su clientela, entre ellos tenemos a Chile, Argentina, España y que estos países han hecho un intento por reunir dichas normativas, sin embargo no existe una legislación unificada a nivel mundial.





RECOMENDACIONES

1. El gobierno de la república de Guatemala entre los proyectos que tiene contemplados debería impulsar la utilización de servicios de redes de información e Internet certificados, de modo que éstos se conviertan en un medio de desarrollo del comercio electrónico para las empresas que se atrevan a transar de forma diferente de acuerdo a la globalización.
2. Las actividades que se realizan en el comercio electrónico en Guatemala son necesarias normarlas, regularlas, y controlarlas, mediante la expedición de una ley especializada sobre la materia por parte del congreso de la república de Guatemala; y que sin lugar a dudas sería de gran validez para el gobierno, ya que éste tendría otra opción en materia de recaudación tributaria.
3. El congreso de la república debería de impulsar una ley en la cual se resguardaran los derechos de las personas que proporcionan correos electrónicos, ya que esa es una de las razones por las cuales no se tiene confianza un sistema electrónico que es utilizado en muchas ocasiones para robar información de la web y por si fuera poco a descifrar las contraseñas de los correos para poder ingresar y con ello extorsionar con mas facilidad.
4. Es necesario que con intervención del gobierno de turno, se apruebe una ley que regule lo relativo al comercio electrónico, ya que esto traería más prosperidad a las empresas y por ende habría más oportunidad de empleo. Decretada la ley mencionada, tanto Guatemala como los países que tengan aprobadas leyes relativas a la materia en mención deberían de reunirse en congresos a fin de unificar dichas normativas y con ello tener una ley a nivel mundial que regule dicha problemática.





BIBLIOGRAFÍA

BARRUSO CASTILLO, Begoña **La fiscalidad del comercio electrónico**, Madrid: Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A., 2003.

BUSTOS BUIZA, José Antonio y otros. **Fiscalidad del comercio electrónico**. Madrid: Ediciones Francis Lefebvre S.A., 2001.

CAZORLA PRIETO, Luz María. **Los Impuestos en el comercio electrónico**. 31486 Elcano (Navarra): Editorial Aranzadi, S.A., 2001.

Comisión de las Naciones Unidas para el derecho mercantil internacional:
<http://www.uncitral.org/spanish/texts/electcom/ml-ecomm-s.htm>, consultado el (3 de enero de 2010).

CUBILLOS VELANDIA, Ramiro. **Introducción jurídica al comercio electrónico**, ed. Bogota, D.C.-Colombia: Ediciones Jurídicas Gustavo Ibáñez Ltda., 2002.

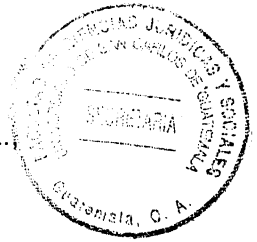
ECHEBARRIA SAENZ, Joseba. **El comercio electrónico**. Madrid: Edisofer, S.L., 2001.

GOMEZ SEGADE, José Antonio. **Comercio electrónico en internet**. Madrid: Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A., 2001.

MORENO NAVARRETE, Manuel **Derecho del comercio electrónico**. Madrid: Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A., 2002.

Organización Mundial de Comercio:

http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/bey4_s.htm, consultado el (3 de febrero de 2010).



PARDINI, Anibal A. **Derecho de internet**. Buenos Aires Ediciones la Rocca. S.R.L., 2002;

PEREZ DE AYALA, José Luis. **Explicación de la técnica de los Impuestos**. 3era ed. Madrid: Editoriales de Derecho Reunidas, S.A., 2004.

RIBAS ALEJANDRO, Javier. **Aspectos jurídicos del comercio electrónico en Internet**. 2nd. Ed. Elcano (Navarra): Editorial Aranzadi, S.A, 2003.

ROLDAN Sauma, MARCELO. **La protección del consumidor en el comercio electrónico**. San José, Costa Rica: Editorial Investigaciones Jurídicas, S.A., 2001.

SALA GALVAÑ, Gemma. **Los precios de transferencia internacionales**. *Su Tratamiento Tributario*. Valencia: Tirant lo Blanch, 2003.

SANCHEZ ALMEIDA Carlos, MAESTRE RODRIGUEZ, Javier A. **La ley de internet**. Barcelona: Servidoc S.L., 2002

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, **Internet comercio electrónico & telecomunicaciones**. Colombia: Legis Editores, .S.A., 2002.

VAZQUEZ IRUZUBIETA Carlos. **Comercio electrónico, firma electrónica y servidores**. Madrid: DIJUSA editorial S.L., 2002

Legislación:

Ley para el reconocimiento de las comunicaciones y firmas electrónicas, decreto 47-2008, 1 de octubre del 2008, Guatemala.