



Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia
Licenciatura en Ciencias Jurídicas y de la Justicia

**Regulación de la contratación en el comercio electrónico
transfronterizo en el Derecho Comparado**
(Tesis de Licenciatura)

Jazmine Ivonne Sosa Hernández

Guatemala, septiembre 2024

Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia
Licenciatura en Ciencias Jurídicas y de la Justicia

**Regulación de la contratación en el comercio electrónico
transfronterizo en el Derecho Comparado**

(Tesis de Licenciatura)

Jazmine Ivonne Sosa Hernández

Guatemala, septiembre 2024

Para efectos legales y en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 1º, literal h) del Reglamento de Colegiación del Colegio de Abogados y Notarios de Guatemala, **Jazmine Ivonne Sosa Hernández**, elaboró la presente tesis, titulada **Regulación de la contratación en el comercio electrónico transfronterizo en el Derecho Comparado.**

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y JUSTICIA

Dr. Enrique Fernando Sánchez Usera

Decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia

Guatemala, 03 de mayo de 2024

Señores Miembros
Consejo de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia
Universidad Panamericana
Presente

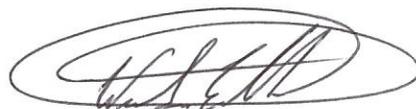
Estimados señores:

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes, haciendo referencia a mi nombramiento como asesor de la estudiante Jazmine Ivonne Sosa Hernández, ID 000046713. Al respecto se manifiesta que:

- a) Brinde acompañamiento a la estudiante en referencia durante el proceso de elaboración de la tesis denominada Regulación de la contratación en el comercio electrónico transfronterizo en el Derecho Comparado.
- b) Durante ese proceso le fueron sugeridas correcciones que realizó conforme los lineamientos proporcionados, informo que la alumna aún puede mejorar el contenido de la tesis especialmente en la ubicación de las palabras clave.
- c) Se le advirtió a la estudiante sobre el respeto al derecho de autor y que en caso opuesto incurriría en plagio, lo que constituiría una infracción académica muy grave, aduciendo que el único responsable del contenido de la tesis es el estudiante.
- d) Habiendo leído la versión final del documento, se establece que el mismo constituye un estudio serio en torno al tema investigado, cumpliendo con los requerimientos metodológicos establecidos por la Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia para esta modalidad académica.

En virtud de lo anterior, por este medio emito DICTAMEN FAVORABLE para que se continúe con los trámites de rigor.

Atentamente,



Licda. Wendy Angélica Escobar Marroquín

Abogada y Notaria

Licda. Wendy Angélica Escobar Marroquín

Guatemala 15 de Julio de 2024

Señores Miembros

Consejo de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia

Universidad Panamericana

Presente

Estimados señores:

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes, haciendo referencia a mi nombramiento como revisor metodológico de la tesis del estudiante Jazmine Ivonne Sosa Hernández, ID 000046713, titulada **Regulación de la contratación en el comercio electrónico transfronterizo en el Derecho Comparado**. Se le advirtió al estudiante sobre el respeto al derecho de autor y que en caso opuesto incurriría en plagio, lo que constituiría una infracción académica muy grave, aduciendo que el único responsable del contenido de la tesis es el estudiante. Me permito manifestarles que la versión final de la investigación fue objeto de revisión de forma y fondo, estableciendo que la misma constituye un estudio serio que cumple con los requerimientos metodológicos establecidos por la Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia para esta modalidad académica. En virtud de lo anterior, por este medio emito DICTAMEN FAVORABLE para que se continúe con los trámites de rigor.

Atentamente,

Zaida Anay Martínez Ruiz

Firma y sello

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Zaida Anay Martínez Ruiz', written in a cursive style.

Licenciada
Zaida Anay Martinez Ruiz
Abogada y Notaria



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA

"Sabiduría ante todo; adquiere sabiduría"

Ref. O.I. 227-2024
ID: 000046713

ORDEN DE IMPRESIÓN DE TESIS DE LICENCIATURA

Nombre del Estudiante: **JAZMINE IVONNE SOSA HERNÁNDEZ**
Título de la tesis: **REGULACIÓN DE LA CONTRATACIÓN EN EL
COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO EN EL
DERECHO COMPARADO**

El Vicedecano de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia,

Considerando:

Primero: Que previo a otorgársele el grado académico de Licenciada en Ciencias Jurídicas y de la Justicia, así como los títulos de Abogada y Notaria, la estudiante ya mencionada, ha desarrollado el proceso de investigación y redacción de su tesis de licenciatura.

Segundo: Que tengo a la vista el dictamen favorable emitido por la tutora, Licenciada Wendy Angélica Escobar Marroquín de fecha 3 de mayo del 2024.

Tercero: Que tengo a la vista el dictamen favorable emitido por la revisora, Licenciada Zaida Anay Martínez Ruiz de fecha 15 de julio del 2024.

Por tanto,

Autoriza la impresión de la tesis elaborada por la estudiante ya identificada en el acápite del presente documento, como requisito previo a la graduación profesional.

Guatemala, 2 de septiembre del 2024

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

M.Sc. Andrea Torres Hidalgo
Vicedecano de la Facultad de Ciencias
Jurídicas y Justicia



☎ 1779

🌐 upana.edu.gt

📍 Diagonal 34, 31-43 Zona 16

Dedicatoria

A Dios: Dios es, fue y será mi guía, mi fortaleza en este largo proceso académico. Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien llena mi vida y la de mi familia con bendiciones, por haberme dado la sabiduría para llegar a lograr mis objetivos, por su infinita bondad y amor.

A mis amadas hijas: Quienes han sido mi motor y fortaleza para seguir adelante y llegar a mi meta, las amo con todo mi corazón y fuerzas.

A mí amado esposo: Que ha sido mi compañero, mi ayuda y fortaleza en los momentos más duros de mi carrera, por ser mi paño de lágrimas en mis momentos de flaqueza, gracias por su amor y apoyo incondicional, te amo.

A mis amados padres: A quien debo mí más profundo agradecimiento por su apoyo incondicional, oraciones y fuerza moral para seguir adelante, los amo.

A todos aquellos: Que participaron y me ayudaron directa o indirectamente en la elaboración de esta investigación, muy agradecida.

Nota: Para efectos legales, únicamente el sustentante es responsable del contenido del presente trabajo.

Índice

Resumen	i
Palabras clave	ii
Introducción	iii
Contratación en el comercio electrónico transfronterizo	1
Prácticas legislativas sobre el comercio electrónico transfronterizo en Colombia, Estados Unidos Mexicanos y Ecuador	23
Comparación en la regulación de la contratación en el comercio electrónico transfronterizo entre Guatemala, Colombia, Estados Unidos Mexicanos y Ecuador	41
Conclusiones	56
Referencias	58

Resumen

En esta tesis se abordó la contratación en el comercio electrónico transfronterizo y la comparación normativa entre Guatemala y los países seleccionados, conforme a las leyes actuales que abordan aspectos relacionados y principalmente al estado legislativo de una iniciativa de ley en el país sobre esta materia. El problema que se analizó desde el punto de vista jurídico y desde la perspectiva del Derecho Comparado son las similitudes y diferencias entre los países seleccionados, donde sobresalen las buenas prácticas sobre la regulación de esta modalidad de contratación que merecieron su análisis y contrastarlo con la actual iniciativa de ley cuyo trámite se encuentra en discusión el Congreso de la República de Guatemala.

El objetivo general fue establecer las similitudes y diferencias en la regulación de la contratación en el comercio electrónico transfronterizo entre Guatemala, Colombia, México y Ecuador para incorporar las mejores prácticas legislativas en la materia. El primer objetivo específico consistió en analizar los aspectos conceptuales y jurídicos de la contratación en el comercio electrónico transfronterizo y el segundo objetivo específico fue establecer las principales prácticas legislativas sobre el comercio electrónico transfronterizo en Colombia, Estados Unidos Mexicanos y Ecuador. Luego de analizar los aspectos conceptuales y legales aplicables al problema de estudio, se concluyó que

el comercio por medios electrónicos requiere de los Estados reglas claras en relación a la tributación nacional y transfronteriza, la certeza jurídica que se ha avanzado con reconocimiento de la firma electrónica y la ciberseguridad de las transacciones comerciales electrónica.

Palabras clave

Contratación electrónica. Comercio electrónico. Firma electrónica. Iniciativa de ley. Derecho Comparado.

Introducción

El problema que se abordará será sobre la contratación en el comercio electrónico transfronterizo, derivado que las operaciones de compraventa de mercaderías que se generan en el comercio electrónico entre sujetos que se ubican en diferentes territorios estatales, necesitan que se protejan los derechos del comprador y, regular las condiciones del comerciante mediante reglas claras y precisas; y que asimismo, se superen las barreras locales para la certeza en las contrataciones; ello porque desde el punto de vista de las empresas guatemaltecas que exportan, principalmente pequeñas y medianas, encuentran que dentro de las principales limitantes, es la falta de claridad respecto de cuales son aquellas normas aplicables a las distintas situaciones que engloban el comercio electrónico, principalmente en materia de fiscalidad, y que en determinado momento, limitan la competitividad de los comerciantes nacionales con relación a otros países.

El objetivo general será establecer las similitudes y diferencias en la regulación de la contratación en el comercio electrónico transfronterizo entre Guatemala, Colombia, México y Ecuador para incorporar las mejores prácticas legislativas en la materia. El primer objetivo específico consistirá en analizar los aspectos conceptuales y jurídicos de la contratación en el comercio electrónico transfronterizo y el segundo objetivo específico pretenderá establecer las principales prácticas

legislativas sobre el comercio electrónico transfronterizo en Colombia, México y Ecuador. Las razones que justifican el estudio es el interés propio en el país sobre la regulación de esta modalidad de contratación y de forma particular la existencia de una iniciativa de ley sobre la materia que se encuentra en trámite en el Congreso de la República de Guatemala. Para el desarrollo del trabajo, la modalidad de la investigación será un estudio de Derecho Comparado.

En cuanto al contenido, en el primer subtítulo se estudiará lo relacionado a la contratación en el comercio electrónico transfronterizo, considerando sus antecedentes, definición de comercio electrónico, el comercio electrónico transfronterizo, contrato electrónico y su práctica y regulación transfronteriza; en el segundo subtítulo, se establecerá las prácticas legislativas sobre el comercio electrónico transfronterizo en Colombia, México y Ecuador, tomando en cuenta la globalización económica y el comercio, y además de las legislaciones de los países seleccionados se incluirá la Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre Comercio Electrónico; y finalmente en el tercer subtítulo se hará la comparación en la regulación de la contratación en el comercio electrónico transfronterizo entre Guatemala, Colombia, México y Ecuador.

Contratación en el comercio electrónico transfronterizo

Actualmente no se pueden concebir la economía de un país sin que no exista la actividad comercial porque es un sector necesario para que la producción y la industria puedan vender, y que este sector económico evolucionó también conforme la tecnología fue desarrollándose a nivel mundial. En efecto, la actividad comercial encontró en la tecnología, las redes y el internet no solo una vía para su expansión exponencial sino un ámbito de grandes desafíos normativos porque ha sido inevitable que este comercio por estos medios, denominado electrónico, haya implicado la interacción más allá de las fronteras nacionales. Entre las preocupaciones emergentes en esta evolución del comercio electrónico transfronterizo se tiene la necesidad de asegurar y propiciar la certeza jurídica de la contratación entre los proveedores, comerciantes y consumidores independientemente del país de ubicación.

Antecedentes del comercio electrónico

El momento en que aparece el comercio, como tal, en la historia de la humanidad tiene que ver con la comunidad primitiva que de un estilo de vida nómada pasó a ser un estilo sedentario, surgiendo la agricultura para el autoconsumo y con la mejora de las técnicas agrícolas, con el tiempo empezó a producirse más de lo que se consumía; ello propició que otros de la comunidad se dedicaran a otras actividades o trabajos, como la

alfarería o fabricación de objetos de utilidad diaria. Entre los que producían agrícolamente y los que no, se empezó a dar una forma de intercambio a través del trueque, sin la utilización de la moneda. Si bien, todavía no era considerado comercio por ser trueque directo entre productores, no tardó en que algunos que no producían de forma agrícola ni artesanal, se convirtieron en intermediarios a cambio de una utilidad por hacer ese trabajo.

El trueque en sí planteaba situaciones difíciles para encontrar la equivalencia de una mercancía por otra u otras, por lo que encontrar una medida equivalente justa y equitativa constituyó una de las principales preocupaciones del comercio primitivo; no obstante, esta dificultad, esta práctica de negocios fue un factor que dinamizó por mucho tiempo las actividades productivas en la agricultura y la ganadería. En este contexto histórico, era previsible que con el tiempo el trueque se fue tornando más complejo y ante la necesidad de establecer parámetros o medidas equitativos en los intercambios se inventó un medio común para representar la equivalencia del valor de la mercancía, surgiendo con ello, lo que es la moneda.

La incipiente monetización de la economía, en esa época, según Dávalos (2010) puede connotarse que:

La introducción de la moneda en el comercio revolucionó la forma y el volumen de las transacciones comerciales. Esta transformación favoreció el desarrollo de las sociedades antiguas. No obstante, durante la edad antigua, aún en aquellos casos en los que el comercio

alcanzó un desarrollo importante, la actividad comercial no fue regulada por normas especializadas (p. 16).

A la par del surgimiento del comercio como un nuevo sector de la economía, también se fue creando la necesidad de la expansión de las actividades comerciales, especialmente el traslado de alimentos y materias primas de un lugar para otro. Con la lógica de expansión del intercambio de mercancías se necesitaron de rutas que conectarán un asentamiento humano para otro, especialmente las primeras poblaciones y villas. Como se sabe en un principio se concretó el comercio en ámbitos locales y cercanos a los centros de producción, pero el aumento de los excedentes obligó a que debía buscarse otros mercados o consumidores. En todos los tiempos a cada necesidad siempre se le ha encontrado solución, como parte de la invención humana, por ello surge el transporte de las mercancías y de personas.

El surgimiento del medio de transporte de personas y carga propició el crecimiento de las actividades comerciales alrededor del mundo. De esa cuenta, el comercio vía terrestre demandó la construcción de carreteras y caminos para minimizar los tiempos de entrega de los productos, inicialmente cargado físicamente por personas y la ayuda de bestias domésticas, después con la invención de los vehículos se acortaron los tiempos y aumento la de cantidad de mercancías, llegando a más mercados y cada vez con menos costos, retribuyendo de mejor forma la actividad comercial. Con la invención de los barcos y buques, y el desarrollo de la

navegación marítima a nuevos continentes especialmente transatlántico, se propagó el comercio internacional.

En un repaso de los principales cambios e innovaciones en la sociedad antigua a la actualidad, que partió del trueque, luego la invención de la moneda y los medios de transporte y comunicación; resultando en consecuencia un creciente sector de la economía como lo es la banca y entidades financieras, que no solo atienden el sector del comercio sino al sector de la agricultura. La banca vino a dinamizar el intercambio comercial en favor de la seguridad en la forma de custodiar el dinero de los comerciantes sino a facilitar formas o medios de pago, sin que los comerciantes debían cargar el efectivo, como la creación del cheque o los títulos de crédito. En este marco evolutivo el ordenamiento jurídico de los Estados debió incorporar cambios para regular las actividades comerciales, los derechos de los sujetos relacionados y las formas de contratación mercantil.

Desde la perspectiva de la relación entre comercio y tecnología, se puede partir con la innovación de las ventas de forma remota utilizando el teléfono. En efecto, el aprovechamiento de las primeras formas de tecnología comunicativa que es el teléfono, fue el origen de las ventas en línea, al ofrecer los productos ya no de forma presencial entre vendedor y comprador, sino mediante un canal remoto, que permitió convenir en la compra con el consumidor conforme las condiciones se pacten; en este

sentido se dio lo que puede considerar las televentas, que también se ha valido de catálogos en papel que establecen un medio de ofrecimiento. Posteriormente se evolucionó con la informática, como medio o canal para operativizarse las ventas, que vino a expandirse enormemente con el internet y las redes, que en conjunto se le conoce como tecnología de la información y las comunicaciones.

Ahora bien, el comercio electrónico propiamente dicho, encuentra su antecedente en la innovación en las transferencias electrónica en la década de los setentas y ochentas, siendo una primera forma incipiente de comercio electrónico, permitiendo transacciones financieras electrónicas. Un definitivo impulso se tuvo a partir de la década de los ochentas cuando se establecieron las primeras redes de computadoras que facilitaron el intercambio de datos entre empresa; seguido a ello, vendría la popularización de internet a principios de los años noventa, que facilitó la vía para el comercio electrónico moderno. En 1994, se fundó Amazon.com, uno de los primeros gigantes del comercio electrónico, y en 1995, eBay permitió a los usuarios comprar y vender bienes en línea.

La década de los noventa representó una explosión informática, económica y cultural por el correo electrónico y los sitios web conocidos como los "punto com". En esta época datan el surgimiento de muchas empresas que aprovecharon el internet para vender productos y servicios en línea. Ya en el 2000 con la consolidación de los gigantes del comercio

electrónico como Amazon y eBay, asumiendo posiciones estratégicas en el mercado fortaleciendo su posición, emergieron nuevos esquemas de negocio, como el comercio electrónico entre empresas conocidos con la sigla B2B y el comercio electrónico entre empresas y consumidores, B2C. La expansión del comercio electrónico fue ya exponencial y se convirtió ya una forma de la modernidad en la vida de las personas en casi todos los estamentos sociales y en diferentes escalas.

Más recientemente se popularizaron los llamados teléfonos inteligentes o *smartphones* y redes sociales, el comercio electrónico se expandió aún más. El desarrollo de aplicaciones móviles fue un objetivo estratégico de las empresas de toda índole, irrumpiendo las redes sociales con el marketing con destino a todo tipo de potenciales consumidores. En la actualidad, el comercio electrónico se ha vuelto omnipresente, con empresas utilizando estrategias multicanales que integran experiencias de compra en línea y en tiendas físicas. Además, la inteligencia artificial, con poderosos motores de búsqueda y almacenando los intereses segmentados de los individuos y colectivos, formando con ella tendencias, influenciando el consumo y orientándolo a determinados objetivos del gran mercado de las transacciones en línea.

En resumen, la historia del comercio electrónico es una historia de innovación constante, adaptación a la tecnología emergente y evolución de los modelos de negocio para satisfacer las necesidades cambiantes de

los consumidores. La era de la información, la comunicación y las redes sociales, en su desarrollo en los últimos años ha cambiado los paradigmas del comercio. También desde un punto de vista jurídico ha representado para el Derecho Mercantil retos para regular las actividades mercantiles que circulan por el ciberespacio que han traspasado las fronteras territoriales tradicionales. Esto connota una nueva revolución del Derecho Mercantil vinculada con el apareamiento de las nuevas tecnologías, de la información de multimedia, internet, la realidad virtual, inteligencia artificial en torno a las telecomunicaciones, la informática y las redes.

Con respecto a la implicación de carácter indiscutible y en muchas formas en sentido positivo, no solo jurídica sino en la vida cotidiana del internet, el doctor en derecho Aguilar Guerra (2004) expresa lo siguiente:

No cabe duda que el Internet se ha convertido en uno de los medios de comunicación más relevantes de la actualidad. Sin embargo, los avances tecnológicos han permitido que la red evolucione para adaptarse a las necesidades humanas y nos permitan realizar operaciones antes impensables. De esta forma surgen muchos servicios: el intercambio de archivos musicales, la compra y venta de productos etc. (p. 282).

En tal sentido, se tiene un nuevo conocimiento en el tiempo y en el espacio, la aproximación en nuevos sistemas de comercio y la forma en que se garantizan esas transacciones en relación al pago al vendedor y la recepción del producto o el servicio que contrata el comprador. Esta nueva era de la información se genera una contextualización de los peligros de un mercado electrónico cada vez más creciente e irreversible en el mundo

actual. En éste se necesitan nuevas regulaciones en el ámbito de la aplicación de la ley mercantil y también del derecho penal, relacionado con la prevención de los delitos informáticos; lo que desarrolla nueva normativa de sanciones, originadas o surgidas de un espacio virtual, que a su vez es abstracto ya que no es un espacio territorial conforme la geografía de los Estados y su soberanía.

Definición de comercio electrónico

Entonces en este contexto de la revolución tecnológica y digital se configuran nuevos conceptos o se resignifican antiguos para un mejor entendimiento de la nueva realidad y su correcta nominación desde la percepción más especializada como es el ámbito jurídico. No cabe duda que esta dimensión de las nuevas tecnologías genera impactos en el Derecho Mercantil, que además se suman entorno de otros fenómenos más complejos como la globalización económica mundial y la correspondiente progresión de la sociedad de la información. Ello implica la aplicación de sistemas de tecnología avanzada en la vida cotidiana de todos los seres humanos, que hará que se recurra como una fuente real y primaria a las nuevas formas de hacer negocios y de acceso a mercados de diversas índoles.

La praxis de lo que es el comercio electrónico en el contexto de las nuevas tecnologías, se enfrenta grandemente a la preocupación de la seguridad jurídica de los comerciantes y consumidores. Así mismo, existe la necesidad de la conceptualización de estas formas de actividad mercantil, como nueva modalidad imperante por las facilidades y comodidades que representa en las dinámicas comerciales actuales. Estos cambios conllevan la sustentación de un concepto de comercio electrónico y su regulación por caer en el ámbito de la sociedad de riesgo, si obviar la aceleración de las condiciones de la vida y por la persistencia del mundo tecnológico con su correspondiente formulación conceptual.

La definición legal del comercio electrónico, lo proporciona la Ley para el reconocimiento de las comunicaciones y firmas electrónicas (2008) indicando que:

Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de una o más comunicaciones electrónicas o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las operaciones siguientes: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, incluyendo el factoraje y el arrendamiento de bienes de equipo con opción a compra; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; de inversión; de financiación; de banca; de seguros; de todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera. (artículo 2).

A la compraventa de productos y servicios a través del internet se le denomina comercio electrónico, también conocido como *e-commerce*, entre sus ventajas se encuentra que facilita el comercio, ya que reduce los costos de transacción, provee información a los participantes, incrementa el acceso a una mayor cantidad de bienes y servicios que conlleva a ganancias en eficiencia y aumentos del bienestar para el conjunto de la economía. Este modelo de negocio ha experimentado un rápido y evolutivo crecimiento en las últimas décadas, transformando la forma en que las personas realizan transacciones comerciales, propiciando otros hábitos de consumo y modalidades de ventas.

Según Aguilar Guerra (2004) “el término comercio electrónico ha evolucionado desde su significado original de compra electrónica al actual que abarca los aspectos de mercado y empresa habilitados por Internet y las tecnologías de la *World Wide Web*” (p. 133). Entre las modalidades del comercio electrónico se incluyen las plataformas de comercio electrónico que son sitios *web* o aplicaciones que facilitan la compra y venta de productos o servicios, los más conocidos son *Amazon*, *eBay*, *Alibaba*, *Shopify*, entre otros; así mismo existen varios modelos de comercio electrónico, como B2C (empresa a consumidor), B2B (empresa a empresa), C2C (consumidor a consumidor). Es común encontrar entre las modalidades el servicio de pago en línea que son esenciales en el comercio electrónico que incluyen métodos como tarjetas de crédito, transferencias bancarias, billeteras electrónicas y criptomonedas.

Entre los retos del comercio electrónico que involucra transacciones financieras y datos personales, la seguridad es una exigencia total e inevitable, por ello se utilizan tecnologías como el cifrado SSL para la protección la información del cliente, que son considerados sensibles y de mucha confidencialidad. Entre estos factores a atender esta la gestión eficiente de la cadena de suministro y los servicios de envío son fundamentales para entregar productos de manera rápida y confiable, si esto no se logra es una falencia que desencanta a la clientela. Por ello, el Marketing Digital que son estrategias en redes sociales, el SEO (optimización de motores de búsqueda) y el marketing de contenidos son esenciales para atraer clientes en línea.

Es importante resaltar que existe la facilidad de navegación, el diseño atractivo y la seguridad en el sitio *web* contribuyen a una experiencia positiva para el usuario; además el uso de inteligencia artificial, realidad aumentada, *chatbots* y otras tecnologías emergentes está transformando aún más el panorama del comercio electrónico. En este nuevo contexto mundial el comercio electrónico ha demostrado ser una fuerza innovadora empresarial, permitiendo a las empresas llegar a clientes globales, proporcionar una mayor comodidad a los consumidores y generar nuevas oportunidades de negocio y empleos con el menor costo posible por no necesitar siempre un lugar físico del trabajador dentro de la empresa, sino éste puede estar trabajando de forma remota.

Comercio electrónico transfronterizo

Hasta ahora el modelo de comercio tradicional se ha circunscrito a dos modalidades tradicionales, la forma local de compraventa en el territorio nacional y comercio internacional, básicamente en las modalidades de importación y exportación. Sin embargo, al utilizarse los medios electrónicos para su gestión entre un comprador o vendedor que se encuentran en diferentes territorios se da lo que se conoce como el comercio electrónico transfronterizo. Tal como se advierte, una transacción transfronteriza para el que vende implica un acto de exportación y para el que compra, la importación; por lo que se da la compra y la entrega en dos países diferentes.

Las transacciones en el comercio electrónico transfronterizo al atravesar las fronteras geográficas, como ya se afirmó, pueden involucrar aspectos como la importación y exportación de productos, ello necesariamente implica el cumplimiento de regulaciones aduaneras, el procesamiento de pagos internacionales y la logística internacional para la entrega de productos. Al darse un conjunto de operaciones que se generan en el comercio electrónico transfronterizo, desde una visión jurídica más abarcadora se impone la comprensión de las reglas claras y precisas de las transacciones y la protección de los derechos del comprador y del comerciante.

Con el comercio electrónico transfronterizo se ha logrado que las empresas expandan sus mercados más allá de sus fronteras nacionales y se ha brindado a los consumidores acceso a una mayor variedad de productos y servicios de todo el mundo. Por ello, deben superarse las barreras locales para la certeza en las contrataciones porque desde el punto de vista de las empresas guatemaltecas que exportan, principalmente pequeñas y medianas, encuentran que dentro de las principales limitantes, es la falta de claridad respecto de cuales son aquellas normas aplicables a las distintas situaciones que engloban el comercio electrónico, principalmente en materia de fiscalidad, y que en momento determinado, limitan la competitividad de los comerciantes nacionales con relación a otros países.

En este ámbito del comercio electrónico transfronterizo se exagera una mayor competitividad entre empresas de distintas nacionalidades, que trasciende el propio entorno local, aunque resulta en un factor de beneficio para los potenciales compradores al escoger una mejor calidad y precio, o encontrar productos que en lo local no encuentra disponible. Esto hace que en el internet y las redes se tenga una invasión de *marketing* y de ofrecimiento masivo, donde para las empresas es esencial la innovación para que puedan aprovechar las oportunidades de un mercado ampliado, que genera una dinámica de enfoques políticos y empresariales en el abordaje de desafíos para el crecimiento sostenible del comercio electrónico a nivel internacional.

Contrato electrónico

Esta es una relación bilateral entre dos personas que compran o venden, en el ámbito mercantil, y que utilizan como medio el internet o las redes informáticas. En este sentido, el contrato electrónico se refiere a un acuerdo contractual y consensual que se establece, negocia, firma y ejecuta de manera electrónica, utilizando medios electrónicos en lugar de documentos físicos o firmas manuscritas. Estos contratos pueden abarcar una variedad de transacciones comerciales y legales y están respaldados por leyes y regulaciones específicas. Es importante tener en cuenta que, al igual que los contratos tradicionales en papel, los contratos electrónicos deben cumplir con los principios legales básicos de formación de contratos, como el consentimiento mutuo, la capacidad legal de las partes, la oferta y la aceptación, la consideración y la legalidad del objeto.

Tal como se ha advertido la contratación electrónica es como cualquier otro contrato y que sobre las cuales deben observarse ciertas generalidades sustantivas, que no son más que la regulación contractual que se expresan en los principios y normas fundamentales que rigen la formación, interpretación y ejecución de los contratos. Estos aspectos establecen las bases legales sobre las cuales se construyen y protegen los acuerdos entre las partes. Siendo entre estos aspectos sustantivos el consentimiento libre y voluntario de todas las partes involucradas. Esto

significa que cada parte debe entender los términos y condiciones del contrato y estar de acuerdo con ellos sin coerción ni manipulación.

Así mismo debe concurrir la capacidad legal para la validez de un contrato, por lo que se exige que todas las partes deben tener la capacidad legal para celebrar un contrato. Esto significa que deben ser mayores de edad y tener la capacidad mental para comprender las implicaciones del acuerdo. En la misma importancia se ubica el objeto lícito del contrato para que sea legal y posible de realizar por lo que se pueden celebrar contratos para realizar actividades ilegales o inmorales, esto aplica para todos los contratantes. Ahora bien, cada parte debe proporcionar algo de valor en el contrato, ya sea dinero, bienes, servicios u otra forma de consideración, esta bilateralidad es una parte fundamental del intercambio que hace que el contrato sea vinculante.

Se deben observar en todo contrato los principios de equidad y buena fe por lo que las partes deben actuar de manera equitativa y de buena fe en la negociación, interpretación y ejecución del contrato; esto implica una conducta honesta y justa en todas las etapas del proceso contractual. En esta misma línea expositiva se incluye que la interpretación de los contratos debe realizarse de acuerdo con la intención de las partes, que se determina mediante el análisis del lenguaje del contrato, el contexto en el que se celebró y las circunstancias que lo rodean; y que las partes están legalmente obligadas a cumplir con los términos y condiciones del

contrato. Si una parte incumple el contrato, la otra parte puede buscar remedios legales, como daños y perjuicios o cumplimiento forzado.

En el sentido de lo afirmado con anterioridad, las características y elementos fundamentales asociados con los contratos electrónicos son entre otros, el consentimiento informado porque las partes involucradas deben darlo con conocimiento pleno que participa de un contrato electrónico; esto implica la aceptación de términos y condiciones específicas. Por otra parte, se signan con firma electrónica en lugar de firmas manuscritas. Las firmas electrónicas pueden ser tan legalmente vinculantes como las firmas físicas, siempre que cumplan con los requisitos legales establecidos en las leyes aplicables. Los contratos electrónicos pueden ejecutarse a través de diversas plataformas en línea o mediante el uso de tecnologías específicas, como sistemas de gestión de documentos electrónicos y servicios de firma electrónica.

En los contratos electrónicos deben garantizarse la seguridad y confidencialidad, que es un factor importante dada la información contenida en los contratos electrónicos. Esto a menudo implica el uso de medidas de seguridad tecnológica, como cifrado y autenticación, que están respaldados por leyes y regulaciones específicas, en Guatemala se encuentra regulado la firma electrónica mediante la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, DECRETO NÚMERO 47-2008, del Congreso de la República de

Guatemala. Además, es necesario que se mantenga un registro adecuado de los contratos electrónicos y almacenar la documentación de manera segura. Esto puede incluir la capacidad de acceder y recuperar el contrato en el futuro. En muchos casos, los contratos electrónicos deben cumplir con ciertos requisitos de forma establecidos por la ley para ser válidos y vinculantes.

La Ley para el reconocimiento de las comunicaciones y firmas electrónicas (2008) indica que:

Formación y validez de los contratos. 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 (artículo 15).

Tal como se establece en la norma legal citada anteriormente se tiene que las comunicaciones por correo electrónico pueden constituir un acuerdo contractual si ambas partes están de acuerdo con los términos y condiciones establecidos en los mensajes electrónicos intercambiados. Por otra parte, están los sitios *web* en los que los contratos se generan a través de formularios en línea en los que los usuarios ingresan sus datos y aceptan los términos y condiciones establecidos por la otra parte. Ahora bien, en las plataformas que permiten transacciones comerciales en línea, los contratos electrónicos se generan automáticamente cuando un cliente realiza una compra en una plataforma de comercio electrónico y acepta

los términos y condiciones establecidos por el vendedor. Por ello, es importante que se asegure el cumplimiento de las regulaciones legales aplicables y adoptar medidas de seguridad en las transacciones electrónicas.

Otra forma de contratación electrónica es a través de documentos signados con firmas electrónicas, que pueden incluir una variedad de métodos como contraseñas, códigos de acceso, firmas escaneadas o herramientas de firma digital, se utilizan para validar y autenticar la aceptación de los términos del contrato por parte de las partes involucradas. La firma electrónica se puede ser utilizado en contratos específicos en línea reconocido por la práctica comercial electrónica como los contratos de servicios en la nube, los contratos de *software* como servicio (SaaS) o los contratos de compraventa en línea. Estos aspectos son de relevancia porque la firma electrónica hoy en día se connota como una herramienta imprescindible en muchas actividades de la persona, más allá de su sola utilización en el comercio electrónico.

Por otra parte, existen ciertos contratos electrónicos que son acuerdos que no se ajustan a los formatos tradicionales de contratos o que implican características poco convencionales en su ejecución, negociación o contenido. Entre estos se puede mencionar el contrato inteligente (*Smart Contracts*), que son contratos digitales que se ejecutan automáticamente cuando se cumplen ciertas condiciones predefinidas, sin necesidad de

intervención humana. Estos contratos se basan en la tecnología *blockchain* y pueden utilizarse en una variedad de aplicaciones, como transacciones financieras, seguros o bienes raíces. En estos tipos de contratación electrónica es esencial la seguridad informática.

También están los contratos por medio de intercambio de datos (*Data Exchange Contracts*) que implican el intercambio de datos entre diferentes sistemas informáticos, donde los términos y condiciones se definen mediante protocolos y estándares de comunicación. Se destaca esta modalidad en la industria de la tecnología de la información, los contratos entre proveedores de servicios y clientes que pueden basarse en intercambios de datos estandarizados. Una modalidad similar se encuentra en el contrato de licencia de software y suscripción (*Software Licensing and Subscription Contracts*) mediante el cual se establecen los términos de uso de software o servicios en línea o basados en la nube que pueden incluir condiciones específicas relacionadas con el acceso, la privacidad de los datos y la seguridad, que pueden diferir de los contratos tradicionales de licencia de software.

Se encuentra una modalidad denominada Contratos de *crowdfunding* y financiación colectiva (*Crowdfunding Contracts*) que implica acuerdos entre los creadores de proyectos y los inversores, donde se establecen los términos y condiciones de la financiación en línea. Los términos pueden incluir la entrega de recompensas, derechos de propiedad intelectual o

participación en los beneficios del proyecto. Siempre en el ámbito de las finanzas están los contratos de criptomonedas y activos digitales (*Cryptocurrency and Digital Asset Contracts*) que abordan la compra, venta o intercambio de criptomonedas y activos digitales, y pueden incluir términos específicos relacionados con la seguridad, la custodia y la regulación de los activos digitales.

Contratación en el comercio electrónico transfronterizo

La contratación en el comercio electrónico transfronterizo consiste en la celebración de acuerdos comerciales a través de plataformas en línea entre partes contractuales ubicadas en diferentes países. Este proceso implica desafíos específicos debido a las diferencias en las leyes, regulaciones y prácticas comerciales entre la diversidad de jurisdicciones y sistemas legales. Por ello, un aspecto clave relacionados con la contratación en el comercio electrónico transfronterizo determinar la jurisdicción y la ley aplicable que puede ser complicado en transacciones que involucran diferentes países. Es importante establecer claramente en el contrato qué leyes regirán y resolverán si llegara a suscitarse cualquier disputa con ocasión de la aplicación del contrato.

Otro aspecto relacionado a los contratos electrónicos transfronterizo es el lenguaje escrito utilizado que se circunscribe a un idioma o su traducción, porque las diversidades en idiomas y culturas pueden dar lugar a

malentendidos. Por ello, los contratos deben redactarse en un idioma comprensible para ambas partes y tener en cuenta las diferencias culturales en términos de prácticas comerciales y expectativas. Otra diferencia es en relación con la moneda, tipo de cambio y las políticas de pago que pueden incidir en las transacciones transfronterizas. Es importante especificar claramente las condiciones de pago, la moneda de pago, las tasas de cambio aplicables y cualquier cargo adicional.

Los impuestos y aduanas se vinculan directamente con los contratos electrónicos transfronterizo porque estos varían entre países, y los hechos generadores pueden ser diferentes o resulte que existen más cargas tributarias en un país en comparación con otro. Lo que no puede soslayarse es que los Estados son soberanos para el cobro de los tributos y ejercer su poder tributario en todos y en cualquier ámbito, por lo que debe tenerse presente a al momento de perfeccionar el contrato, porque es indispensable que las empresas deben cumplir y con los requisitos fiscales y aduaneros tanto en el país de origen como en el de destino. Este aspecto tributario es una cuestión de especial atención actual de los estados por lo que deben ser regulados en la normativa del contrato electrónico fronterizo.

El factor que mayor inquietud representa para los consumidores es sobre cómo se garantiza o se protegen sus derechos mercantiles. En este sentido las leyes de protección del consumidor pueden variar, y las empresas

deben estar al tanto de las regulaciones en el país del consumidor. Esto incluye la información sobre el derecho de retractación y la resolución de disputas. Adicional a ello, está la cuestión de la seguridad y privacidad de los datos, como objeto de las regulaciones que puede ser diferentes en los países de compra como de destino del bien o servicio objeto del contrato. También se deben implementar mecanismos claros para la resolución de disputas que puede incluir la elección de arbitraje internacional o el uso de tribunales específicos.

Así mismo se deben garantizar la cadena de suministro y la logística en el comercio electrónico transfronterizo. Los costos de envío, los tiempos de entrega y la gestión aduanera son consideraciones importantes. Las empresas deben cumplir con las regulaciones aduaneras específicas para evitar problemas en la importación y exportación de bienes. En resumen, la contratación en el comercio electrónico transfronterizo requiere una comprensión sólida de las diferencias legales, fiscales, idiomáticos y culturales entre los países involucrados. Las empresas deben adaptarse a estas diferencias y establecer prácticas comerciales sólidas que cumplan con las leyes y regulaciones de todas las partes involucradas.

Prácticas legislativas sobre el comercio electrónico transfronterizo en Colombia, Estados Unidos Mexicanos y Ecuador

En este subtítulo se adentra al Derecho Comparado, de cómo algunos países han regulado en normativas específicas o han incluido en normativas más generales, lo relacionado al comercio electrónico transfronterizo, sobre la base de generalidades sustantivas de los contratos. Todo ello bajo la consideración que el comercio electrónico transfronterizo actúa como un facilitador clave de la globalización económica, permitiendo a las empresas superar barreras y participar en mercados internacionales de manera más eficiente y efectiva. La interconexión de las economías a través de plataformas digitales está dando forma a un entorno comercial cada vez más globalizado que los países deben ir incorporando o innovando en su marco normativo.

Globalización económica y comercio electrónico transfronterizo

La globalización económica y el comercio electrónico transfronterizo están estrechamente interrelacionados y han transformado la forma en que las empresas operan y cómo se realizan las transacciones a nivel mundial. Aquí se presentan algunas conexiones clave entre la globalización económica y el comercio electrónico transfronterizo como el acceso a mercados globales, que es uno de los efectos positivos del comercio

electrónico porque permite a las empresas llegar a clientes en todo el mundo, independientemente de su ubicación geográfica. Esto brinda oportunidades para que las empresas accedan a nuevos mercados y consumidores en diferentes países, facilitando así la globalización de los negocios.

En los términos de la globalización económica tiene alta incidencia lo que son los mercados globales, que hacen referencia a la interconexión de economías y mercados financieros en todo el mundo, donde los bienes, servicios, capitales y recursos humanos se mueven a través de fronteras nacionales en busca de oportunidades comerciales y de inversión. Una de sus principales características es la interdependencia económica porque mercados están interconectados y son interdependientes y se implican mutuamente, dado que lo que sucede en una economía puede tener repercusiones significativas en otras partes del mundo, que se pueden ilustrarse en los casos de las crisis financieras en un país pueden tener efectos en cascada en otros mercados.

Ahora bien, se pueden connotar como efectos deseados y positivos de los mercados globales es la facilitación del comercio internacional, donde los bienes y servicios se compran, venden y distribuyen entre países. Este intercambio comercial puede ser entre empresas (B2B), entre empresas y consumidores (B2C) o entre gobiernos (G2G); generándose los flujos de inversión, especialmente en la inversión transfronteriza, donde los

inversores pueden colocar su dinero en activos financieros, como acciones, bonos, bienes raíces y proyectos empresariales, en cualquier parte del mundo, siempre desde la lógica que las empresas compiten en un mercado global por clientes, recursos, talento y tecnología. Esto puede dar lugar a una mayor innovación, eficiencia y diversidad de productos y servicios.

En los mercados globales también se da un intercambio cultural o intercultural porque necesariamente al intervenir diferentes países se llegan a abarcar una amplia gama de culturas, idiomas, sistemas legales y regulaciones gubernamentales. Las empresas que operan a nivel internacional deben adaptarse a estas diferencias y cumplir con los requisitos locales. Esta diversidad cultural no constituye hasta ahora barrera significativa para los mercados globalizados, más bien constituyen fuentes de estrategias innovadoras como impactar en ámbitos donde la cultura puede ofrecer alguna resistencia a determinados bienes y servicios. La diversidad para el mercado constituye una innumerable oportunidad para el crecimiento y la adaptación empresarial transfronteriza.

Los mercados globales tienen su plataforma de despegue en la tecnología y comunicaciones que ha facilitado la conectividad y la comunicación en los mercados globales. Internet, las redes sociales, los sistemas de pago electrónico y otras herramientas digitales han transformado la forma en

que se realizan las transacciones comerciales y financieras a nivel mundial. Existen ciertos riesgos y volatilidad que hacen que los mercados globales están sujetos a sufrir impactos negativos incluidos, entre éstos, las caídas drásticas en los tipos de cambio, las fluctuaciones en los precios de los productos básicos, las crisis económicas y políticas, y los eventos imprevistos como desastres naturales y pandemias. Por lo que las empresas, los inversores y los Estados interactúan en un escenario económico mundial cada vez más interconectado.

Conforme a lo expuesto anteriormente, la globalización como planteamiento mundial e insignia del actual desarrollo económico y tecnológico está logrando eliminar las barreras geográficas porque el comercio electrónico transfronterizo, como principal característica supera las limitaciones geográficas al permitir que las transacciones ocurran a través de plataformas en línea. Esto elimina las barreras tradicionales del comercio internacional, como la distancia y los costos asociados con la expansión física a nuevos mercados. Además, que las empresas pueden diversificar sus ofertas y productos para satisfacer las demandas específicas de diferentes mercados globales a través del comercio electrónico. Esto fomenta la adaptación a las preferencias locales y mejora la competitividad en un entorno global.

La era tecnológica y de la sociedad de la información es la capacidad de digitalización de la cadena de suministro, facilitada por el comercio electrónico, permite una gestión más eficiente y transparente de los procesos logísticos internacionales. Esto contribuye a la agilidad y a la reducción de costos en el comercio transfronterizo. Estas mismas plataformas de comercio electrónico proporcionan opciones de pago internacional, permitiendo que las transacciones se realicen en diversas monedas y utilizando métodos de pago adaptados a las preferencias locales. En este contexto el comercio electrónico transfronterizo puede ayudar a impulsar el desarrollo económico en países emergentes al proporcionar una plataforma para que las empresas locales accedan a mercados internacionales y participen en la cadena de valor global.

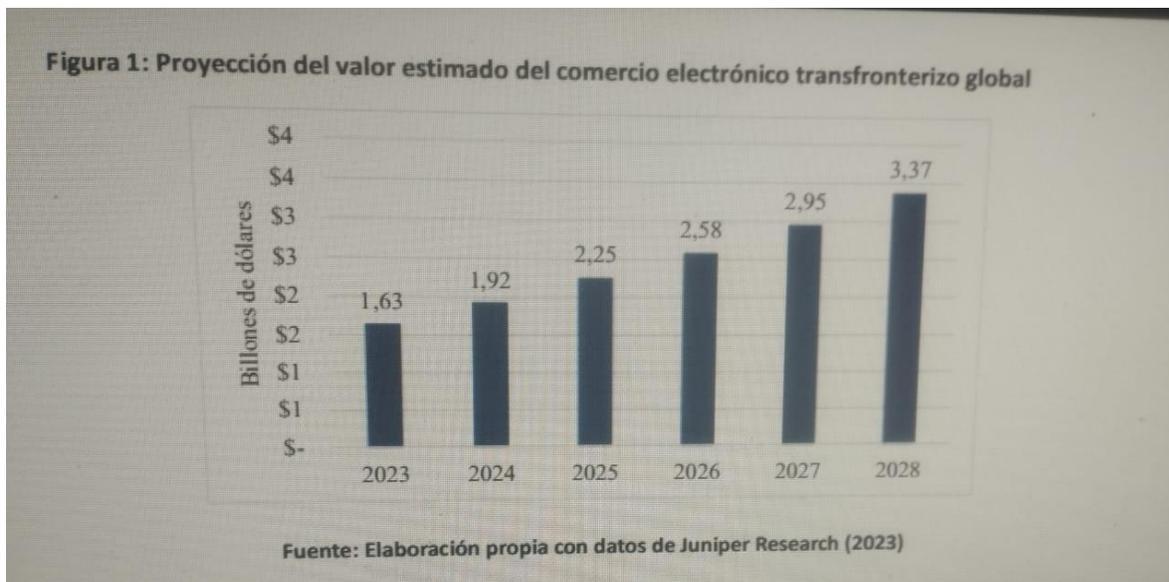
Comercio electrónico transfronterizo en Colombia

El comercio electrónico transfronterizo en Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, con un aumento en la adopción de compras en línea tanto por parte de consumidores como de empresas. Según el Observatorio *eCommerce* de Colombia (2023), reporta que en este país:

Las cifras del comercio electrónico transfronterizo revelan un importante ritmo de crecimiento. Según datos recientes de la firma Juniper Research (2023), este mercado continuará experimentando un aumento significativo en su volumen global y se espera que en 2028 se realicen más de 3,3 billones de dólares en transacciones de comercio electrónico transfronterizo, lo que representa un aumento del 107 % respecto al estimado para 2023, reflejando no solo una tendencia creciente en la preferencia de los consumidores por las

compras en línea, sino también la eficiencia y conveniencia que estas plataformas ofrecen (p. s.n.).

Algunos aspectos importantes relacionados con el comercio electrónico transfronterizo en Colombia incluyen ha sido su crecimiento constante en el comercio electrónico en general, y esto incluye las transacciones transfronterizas esto debido a la comodidad, la variedad de productos y las ofertas competitivas, que son los factores que han contribuido a este aumento. Sobre todo, la participación de plataformas internacionales de comercio electrónico como Amazon y Alibaba, que han ganado popularidad entre los consumidores colombianos. Estas plataformas permiten a los colombianos acceder a una amplia gama de productos de todo el mundo. Sobre esta base se está proyectando en el futuro inmediato un crecimiento del comercio electrónico transfronterizo bastante optimista, como se aprecia en la gráfica a continuación.



Fuente: Observatorio *eCommerce* de Colombia (2023), p. s.n.

El comercio electrónico transfronterizo implica la importación de bienes, y, por lo tanto, está sujeto a regulaciones aduaneras y tributarias. Es esencial que las empresas y los consumidores comprendan y cumplan con estas regulaciones para evitar problemas en la importación de productos.

Las leyes de protección del consumidor en Colombia también se aplican a las compras realizadas en el extranjero, específicamente del Estatuto del Consumidor, Ley 1480 Estatuto del Consumidor del Congreso de Colombia (2011). Las empresas deben cumplir con esta normativa y proporcionar información clara sobre derechos y garantías. Así mismo, la infraestructura tecnológica, incluidas las conexiones de internet y la disponibilidad de servicios de pago en línea, es esencial para facilitar el comercio electrónico transfronterizo. Se han realizado mejoras significativas en este aspecto en Colombia en los últimos años.

La participación de Colombia en acuerdos comerciales y alianzas internacionales también ha influido positivamente en el comercio electrónico transfronterizo al facilitar ciertas transacciones y reducir barreras. En el contexto internacional de la regulación del Comercio Electrónico, en los cuáles es parte Colombia, se identifican fundamentos en instrumentos como el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés), el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) y el Acuerdo sobre Facilitación del

Comercio (AFC). Estos acuerdos abordan los desafíos inherentes al comercio y los obstáculos significativos para el comercio internacional.

La Ley de Comercio Electrónico, Ley 527 del Congreso de Colombia (1999), establece el marco legal para las transacciones realizadas mediante medios electrónicos. En su artículo 1°. Se define que el ámbito de aplicación de la ley, indicando que se aplica a los documentos y mensajes de datos utilizados en actividades comerciales y demás aspectos relacionados con el comercio electrónico. Y conforme a su artículo 5°, se establece que los documentos y mensajes de datos tendrán la misma validez y eficacia jurídica que los documentos en papel, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en la ley. Ello con reconocimiento de la libertad para las partes de utilizar cualquier medio para la formación, comunicación, almacenamiento y transmisión de mensajes de datos, a menos que la ley disponga expresamente lo contrario.

Se establece la obligación de las partes de garantizar la integridad, confidencialidad y disponibilidad de la información contenida en los mensajes de datos, así como la posibilidad de utilizar firmas electrónicas para atribuir autoría a los mensajes. Así mismo se reconoce la validez de las firmas electrónicas como medio de identificación del firmante y establece que tendrán el mismo valor probatorio que las firmas manuscritas, siempre que cumplan con los requisitos de la ley. Por lo que se señala que las entidades certificadoras de firmas digitales deberán

registrarse ante la Superintendencia de Industria y Comercio y cumplir con los requisitos establecidos por esta entidad. En este sentido se establece que los registros electrónicos tienen el mismo valor que los registros en papel y establece requisitos para la conservación y almacenamiento de la información electrónica.

La Ley de Comercio Electrónico, Ley 527 del Congreso de Colombia (1999) en su artículo 14, se reconoce la validez de los contratos electrónicos y establece que, salvo disposición en contrario, se presumirá que las partes han consentido válidamente en los actos y contratos electrónicos. Se regula la oferta y aceptación electrónica, estableciendo que se considerará aceptada una oferta cuando el destinatario haya manifestado su aceptación o cuando realice actos inequívocos que la demuestren. Por lo que se establece la obligación de informar a los destinatarios sobre los términos y condiciones de la oferta y de proporcionar la posibilidad de corregir errores en las transacciones electrónicas. Respecto al lugar en el que se tiene por celebrado el contrato se regula que la formación y transmisión de contratos electrónicos, indicando que el contrato se considerará formado en el lugar donde se encuentre el destinatario de la oferta o aceptación.

Se reconoce la posibilidad de utilizar mensajes de datos como medio de prueba en procesos judiciales y administrativos, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en la ley. Por lo que también se establece la

responsabilidad de los prestadores de servicios de certificación digital y su deber de cumplir con los estándares técnicos y de seguridad y que existe la responsabilidad de los intermediarios en transacciones electrónicas, estableciendo que no serán responsables por los actos realizados por los usuarios, salvo que no cumplan con las normas de diligencia debida. En este ámbito se establece la competencia de la Superintendencia de Industria y Comercio para supervisar y controlar a las entidades certificadoras de firmas digitales y a los prestadores de servicios de certificación digital.

Se señala las sanciones que pueden imponerse a quienes incumplan las disposiciones de la ley y que la Superintendencia de Industria y Comercio es la autoridad competente para conocer de los conflictos que surjan en relación con la aplicación de la ley. Estas disposiciones proporcionan una visión general de los principios y regulaciones fundamentales contenidos en la Ley 527 de 1999 en Colombia, enfocándose en aspectos como la validez de documentos electrónicos, la utilización de firmas electrónicas, la formación de contratos electrónicos y la responsabilidad de los intermediarios.

Comercio electrónico transfronterizo en los Estados Unidos Mexicanos

En los Estados Unidos Mexicanos, conocido comúnmente como México, se tiene igual tendencia al aumento del comercio electrónico. Según un informe sobre Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E. y elaborado por Bravo y Casado (2021), se afirma que:

El crecimiento medio del *ecommerce* en México ha sido exponencial. Desde 2016, el país ha estado por encima de la media de Latinoamérica todos los años. En concreto, en 2020, este crecimiento ha sido del 59% mientras que la media en Latinoamérica fue del 38%. El crecimiento viene dado, en gran parte, por el aumento del *m-commerce*, que en 2020 supuso un 41% de las ventas totales de *ecommerce* en México (p. 3).

De hecho, la economía mexicana es una de las más grandes de latinoamericana y un mercado con enormes potenciales, por su marcado crecimiento demográfico y enorme territorio, así mismo tiene relaciones comerciales con muchos países desarrollados económicamente. Bravo & Casados (2021) hacen la referencia que:

Respecto al *ecommerce* transfronterizo en 2020, la gran mayoría de los compradores se encuentran entre los 18 y 44 años (68%), siendo la franja entre 25-34 años la más numerosa (26%). Por origen, Estados Unidos es el principal mercado de las compras (66%), seguido de China (44%) y España (13%). Los dispositivos más utilizados para compras transfronterizas online fueron el smartphone, (83%), y el ordenador portátil o laptop (58%) (p. 3).

En Estados Unidos Mexicanos el comercio electrónico tiene previsto disposiciones a las que se sujetarán aquellas personas que ofrezcan, comercialicen o vendan bienes, productos o servicios y que se encuentran contenidas en la norma mexicana NMX-COE-001-SCFI-2018. Este

cuerpo normativo se adoptó derivado del incremento de las transacciones realizadas a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología y en atención a lo establecido en los artículos 76 Bis y 76 Bis 1 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Secretaría de Economía, la Procuraduría Federal del Consumidor y las empresas del sector comercial, elaboraron la norma mexicana citada.

Esta Norma Mexicana establece las disposiciones a las que se sujetarán todas aquellas personas físicas o morales que en forma habitual o profesional ofrezcan, comercialicen o vendan bienes, productos o servicios, mediante el uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, con la finalidad de garantizar los derechos de los consumidores que realicen transacciones a través de dichos medios, procurando un marco legal equitativo, que facilite la realización de transacciones comerciales, otorgando certeza y seguridad jurídica a las mismas. Las actividades a que se refiere esta Norma Mexicana se interpretarán y aplicarán bajo los principios de neutralidad tecnológica, autonomía de la voluntad, y equivalencia funcional, contemplados en el artículo 89 del Código de Comercio.

Comercio electrónico transfronterizo en Ecuador

En Ecuador el uso de sistemas de información y de redes electrónicas, incluida la Internet ha adquirido importancia para el desarrollo del comercio y la producción, permitiendo la realización y concreción de múltiples negocios de trascendental importancia, tanto para el sector público como para el sector privado; ello hizo necesario impulsar el acceso de la población a los servicios electrónicos que se generan por y a través de diferentes medios electrónicos; ello con el objeto de generalizar la utilización de servicios de redes de información e Internet, de modo que éstos se conviertan en un medio para el desarrollo del comercio, la educación y la cultura.

A través del servicio de redes electrónicas, incluida la Internet se establecen relaciones económicas y de comercio, y se realizan actos y contratos de carácter civil y mercantil que es necesario normarlos, regularlos y controlarlos, mediante la expedición de una ley especializada sobre la materia; con ello se cumple con el indispensable impulso que el Estado Ecuatoriano cuenta con herramientas jurídicas que le permitan el uso de los servicios electrónicos, incluido el comercio electrónico y acceder con mayor facilidad a la cada vez más compleja red de los negocios internacionales. Ello en términos del presente tema hace alusión del comercio electrónico transfronterizo.

En el fortalecimiento del comercio electrónico transfronterizo Ecuador mediante la ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos (2002), establece que:

Los certificados electrónicos emitidos por entidades de certificación extranjeras, que cumplieren con los requisitos señalados en esta ley y presenten un grado de fiabilidad equivalente, tendrán el mismo valor legal que los certificados acreditados, expedidos en el Ecuador. Las firmas electrónicas creadas en el extranjero, para el reconocimiento de su validez en el Ecuador se someterán a lo previsto en esta Ley y su reglamento. Cuando las partes acuerden entre sí la utilización de determinados tipos de firmas electrónicas y certificados, se reconocerá que ese acuerdo es suficiente en derecho (artículo 28).

Se establece la salvedad de aquellos casos en los que el Estado, en virtud de convenios o tratados internacionales haya pactado la utilización de medios convencionales, los tratados o convenios que sobre esta materia se suscriban, buscarán la armonización de normas respecto de la regulación de 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, la protección a los usuarios de estos sistemas, y el reconocimiento de los certificados de firma electrónica entre los países suscriptores.

Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre Comercio Electrónico (1996)

La Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI o UNCITRAL, por sus siglas en inglés) sobre Comercio Electrónico (1996) es un documento elaborado por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional para proporcionar un marco legal armonizado para las transacciones electrónicas a nivel internacional. A continuación, se resumen algunos aspectos claves de esta Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre Comercio Electrónico (1996) considerando que el objetivo de este marco normativo es facilitar el uso del comercio electrónico internacional, estableciendo normas que promuevan la eficiencia y la seguridad en las transacciones electrónicas.

La Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre Comercio Electrónico, sin número de ley, de las Naciones Unidas (1996), busca eliminar barreras legales y mejorar la confianza en el uso de las tecnologías de la información en el ámbito comercial; en tal sentido, se incluyen definiciones claves y establece el alcance de su aplicación, define términos relevantes para el comercio electrónico y proporciona orientación sobre cuándo se aplica la ley. Así mismo la Ley anteriormente citada reconoce la validez legal de los

contratos electrónicos y establece principios para la formación y los efectos de dichos contratos. Abarca cuestiones como la oferta y aceptación electrónica y reconoce la validez jurídica de las firmas electrónicas y establece normas para su uso.

Cuadro No. 1

Definiciones que establece la Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre Comercio Electrónico (1996)

Para los fines de la presente Ley:	Se entenderá:
a) Por “mensaje de datos”	la información generada, enviada, recibida o 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 télex o el telefax;
b) Por “intercambio electrónico de datos (EDI)”	la transmisión electrónica de información de una computadora a otra, estando estructurada la información conforme a alguna norma técnica convenida al efecto
c) Por “iniciador” de un mensaje de datos	entenderá toda persona que, a tenor del mensaje, haya actuado por su cuenta o en cuyo nombre se haya actuado para enviar o generar ese mensaje antes de ser archivado, si éste es el

	caso, pero que no haya actuado a título de intermediario con respecto a él;
d) Por “destinatario” de un mensaje de datos	la persona designada por el iniciador para recibir el mensaje, pero que no esté actuando a título de intermediario con respecto a él
e) Por “intermediario”, en relación con un determinado mensaje de datos	toda persona que, actuando por cuenta de otra, envíe, reciba o archive dicho mensaje o preste algún otro servicio con respecto a él;
f) Por “sistema de información”	todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos.
Fuente: elaboración propia en base al artículo 2 de la Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre Comercio Electrónico (1996)	

Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre Comercio Electrónico, sin número de ley, de las Naciones Unidas (1996), proporciona directrices sobre la atribución de las firmas electrónicas a las partes, abordando también la conservación y el registro de mensajes de datos para garantizar su integridad y accesibilidad en el futuro. Establece disposiciones relacionadas con la responsabilidad de los proveedores de servicios de intermediación en línea y otros proveedores de servicios en el contexto del comercio electrónico. Incluye disposiciones destinadas a proteger a los consumidores en transacciones electrónicas, específica de cada jurisdicción para obtener detalles sobre su aplicación concreta.

Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre Comercio Electrónico, sin número de ley, de las Naciones Unidas (1996), tiene como una de sus finalidades asegurar la transparencia y proporcionando información adecuada, para ello fomenta el reconocimiento de reglas y normativas internacionales en el ámbito del comercio electrónico. Por lo que resulta importante para el fortalecimiento de las normativas nacionales tanto para el comercio electrónico local como transfronterizo. Como se entiende, a lo interno de los Estados se debe legislar por medio del Congreso de la República de Guatemala, para la adecuada implementación de las obligaciones que impone esta normativa internacional.

Ahora bien, los ámbitos nacionales la Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre Comercio Electrónico, si número de ley, de las Naciones Unidas (1996), es un cuerpo normativo que sirve como guía para los Estados en el desarrollo de sus propias leyes nacionales de comercio electrónico. Muchos países han adoptado principios similares en sus legislaciones nacionales para fomentar la coherencia y la uniformidad en el comercio electrónico internacional. Ello con la salvedad que es importante tener en cuenta que la adopción y adaptación de la citada ley puede variar entre los países, en atención al marco normativo constitucional, costumbres y prácticas culturales propias.

Lo que prevalece es la idea de que en estos tiempos de globalización económica los países avancen hacia la adopción de disposiciones legales de alguna forma uniformes o similitud de criterios jurídicos, que favorezcan el comercio electrónico transfronterizo, aumenten sus posibilidades de competir en el mercado global y se contribuya a consolidar la seguridad de las transacciones comerciales. Esto es de suma importancia puesto que la diversidad de los regímenes internos aplicables a esas técnicas de comunicación y la incertidumbre a que dará lugar esa disparidad pueden contribuir a limitar el acceso de las empresas a los mercados internacionales; por lo tanto, es deseable la reducción de esta diversidad de formas de regulación para que se avance a la homogeneidad jurídica.

Comparación en la regulación de la contratación en el comercio electrónico transfronterizo entre Guatemala, Colombia, Estados Unidos Mexicanos y Ecuador

Es necesario desarrollar un análisis comparativo de la legislación de otros países como el de La República de Colombia, Los Estados Unidos Mexicanos y La República de Ecuador, para que se pueda retroalimentar y considerar su incorporación en una ley en esta materia en Guatemala. En el país lo que existe actualmente es una iniciativa de ley cuyo trámite se encuentra en discusión en el Congreso de la República de Guatemala,

que igualmente se puede analizar si ésta recoge alguna de las mejores prácticas legislativa. Por otra parte, existe la Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre Comercio Electrónico, sin número de ley, de las Naciones Unidas (1996), que tiene por objeto posibilitar y facilitar el comercio por medios electrónicos incidiendo para que los Estados incorporen las disposiciones legislativas necesarias.

Semejanzas en la regulación de la contratación en el comercio electrónico transfronterizo entre Guatemala, Colombia, Estados Unidos Mexicanos y Ecuador

Este tema parte de la consideración de que en varios países del continente americano se registra un auge del comercio electrónico, y por lo tanto tiene una motivación propia de regular el comercio electrónico a lo interno de cada Estado y en lo relacionado al comercio transfronterizo utilizando medios electrónicos. La constatación de la existencia de este comercio creciente puede ser un indicio inicial de las semejanzas de incorporaciones jurídicas en la regulación del comercio electrónico transfronterizo entre los países seleccionados para este análisis de derecho comparativo. Se ve reflejada en la realidad que tanto en los Estados Unidos Mexicanos y Colombia tienen un apogeo en el comercio electrónico, aunque Ecuador no aparece individualizada su crecimiento

comercial, si lo está presente en el resto de países, tal como se advierte en la imagen número uno que se presente a continuación.

Imagen No. 1



Fuente: Statista Digital Market Outlook 2024: Previsiones

El avance significativo como similitud que se evidencia en los países estudiados en lo relacionado al comercio electrónico en sí, es que se encuentra la determinación de lo que es un contrato electrónico en cada una de sus regulaciones internas, y coinciden en incorporar normativa específica sobre la certeza jurídica de su celebración al disponer la validez de las comunicaciones electrónicas entre las partes contratantes; este aspecto que se ve fortalecido con la implementación de la firma electrónica en estos países seleccionados que pueden signar documentos en línea y demás comunicaciones electrónicas para concretar la comercialización entre partes en un mismo territorio o que se encuentren en dos o más países diferentes, como se da en el comercio electrónico transfronterizo. Éste último constituye una preocupación común por

cuestiones aduaneras al realizarse traspasando virtualmente las fronteras de un país determinado.

Diferencias en la regulación de la contratación en el comercio electrónico transfronterizo entre Guatemala, Colombia, Estados Unidos Mexicanos y Ecuador

Se advierte cierta diversidad de enfoques en la legislación sobre el comercio electrónico transfronterizo, constituyendo una primera diferencia entre los países de estudio. Ello representa un punto de interés particular en relación a la regulación del comercio electrónico transfronterizo en Guatemala y es importante tenerlo presente al momento de evaluar las posibles incorporaciones legislativas con el objeto de regular este creciente mercado en el país. Esto tiene que ver con el nivel de desarrollo empresarial de Guatemala y su entorno de la práctica financiera al momento del pago, por lo que general el dinero llega directamente a la plataforma de pago y de allí se transfiere a las cuentas del vendedor, pero éste requiere un mayor control tributario por parte del Estado para efectos que se cumplan con los aspectos fiscales, del cual se advierte como debilidad en la regulación nacional.

El comercio electrónico y la ciberseguridad están estrechamente relacionados no es posible practicar el comercio transfronterizo sin una estrategia de seguridad electrónica debido a que este sector está expuesto

a mayores niveles de riesgo en la red. Por lo que este aspecto de alta sensibilidad comercial y de confianza en el mercado internacional electrónico y Guatemala no tiene mayores avances en su legislación, especialmente penal, al no estar aún regulado y sancionado específicamente los ciberdelitos o los llamados delitos informáticos, que tiene entre sus efectos desproteger al comprador y vendedor virtual, en las diferentes plataformas que se ofrecen en el entorno del internet y las redes. Esta ausencia normativa marca una diferencia sustancial con aquellos países que ya ha regulado este aspecto en leyes generales de comercio o leyes específicas.

En Guatemala se destaca que la única ley que trata sobre el comercio electrónico, es la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, Decreto 47-2008 del Congreso de la República de Guatemala. Si bien esta regula aspectos importantes sobre la materia, la misma no aborda temas como el comercio electrónico transfronterizo, por lo que se puede afirmar que se tiene un vacío normativo que de forma específica y precisa regule el comercio transfronterizo en el país y que constituya un punto de partida para el desarrollo de este tipo de comercio. Esta constatación de la realidad nacional obliga a que se valore la iniciativa sobre la materia que se encuentra en trámite en el Congreso de la República.

Las mejores prácticas legislativas sobre la contratación en el comercio electrónico transfronterizo en los países estudiados

La revolución digital ha significado la incorporación de nuevos actores al comercio internacional, en particular personas que adquieren bienes desde el exterior a través de plataformas basadas en internet, en vez de hacerlo del modo tradicional en tiendas físicas. Una correlación directa de ello es el gran aumento “del flujo transfronterizo de envíos en paquetes de escaso peso y valor que son despachados por vía postal: el número de estos paquetes casi se triplicó entre 2000 y 2016” (Organización Mundial de Comercio, 2018, p. 16). Este fenómeno genera importantes desafíos para los servicios postales y también para las aduanas, cuyos sistemas de despacho están principalmente concebidos para atender cargamentos de contenedores, mientras que por los canales virtuales transitan enormes cantidades de productos y servicios.

Con el doble fin de promover el comercio electrónico y aliviar la tarea de los servicios de aduanas, varios países han fijado umbrales de minimis para dichos envíos, según la Comisión Económica para América Latina (2018) “Cuando un paquete importado tiene un valor aduanero declarado bajo el umbral de minimis aplicable en el país importador, queda exento del pago de aranceles y se beneficia de procedimientos simplificados de despacho aduanero” (p. s.n.). Un umbral relativamente alto estimula el comercio electrónico transfronterizo, especialmente del tipo B2C y agiliza

la gestión aduanera, pero como contrapartida implica una mayor pérdida de recaudación arancelaria y eventualmente mayores riesgos de no detectar productos falsificados o riesgosos, o incluso drogas ilícitas.

Se destaca que en Estados Unidos Mexicanos la estrategia está enfocada a realizar alianzas con plataformas internacionales como Alibaba, e-Bay, DHL, entre otras, quienes otorgan descuentos a pequeñas y medianas empresas. Cuenta con un mecanismo de resolución de controversias en línea denominado *Concilianet* y autorregulación de pasarelas de pago. Además, cuenta con reglas de Impuesto sobre el Valor Agregado digital para descargas, imágenes, software, entre otros y tratamientos fiscales para operaciones a través de *marketplace*. Por otra parte, en Colombia cuenta con una regulación muy amplia que fomenta el ecosistema de comercio electrónico, contratación electrónica, protección de datos, protección al consumidor, factura electrónica, prevención de la criminalidad electrónica y programas que facilitan a las pymes a la incursión de este medio de comercialización.

Revisión crítica de la iniciativa de Ley que se propone Regular el Comercio Electrónico Transfronterizo en Guatemala

En la iniciativa que dispone aprobar Ley para Promover y Facilitar el Comercio Electrónico Transfronterizo, que se identifica con el número 6029 en el Congreso de la República de Guatemala, de su lectura se puede

evidenciar que no se encuentran regulaciones que den solución claras y precisas sobre las problemáticas que se han detectado acerca del comercio electrónico transfronterizo, que son principalmente la desconfianza por parte de los consumidores para entregar información personal y bancaria en las diferentes plataformas de comercio electrónico, déficit en la atención, formación e incentivo a los emprendedores y las Micro Pequeña y Mediana Empresa en el ecosistema digital, las brechas digitales de calidad, uso, acceso y apropiación, la ausencias de políticas de seguridad, marco regulatorio y derechos del consumidor en el ejercicio del comercio electrónico transfronterizo.

Así mismo no se hace mención de cómo se enfrentaría los grandes desafíos del comercio electrónico transfronterizo, en especial las posibilidades de crecimiento del mercado digital local para tener una mayor competitividad frente a otras empresas que gozan de protección y asistencia adecuada de sus estados de ubicación, especialmente referido a los financiamientos para los emprendimientos en el marco del comercio internacional, la clarificación de procedimientos aduaneros en mercados internacionales, las importaciones de comercio electrónico y el fortalecimiento como parte de una política pública de la infraestructura tecnológica para las transacciones electrónicas transfronterizas, así mismo, un sistema de incentivos fiscales para promover la ampliación de la base tributaria con la incorporación de todas las micro y pequeñas empresas que operan en el mercado electrónico.

Entre otros desafíos también caben mencionarse que debe exigirse legalmente que se exprese el costo total de pagos en línea transfronterizo, las formas de interoperabilidad de regulaciones digitales con mercados más importantes con los que se relaciona el mercado guatemalteco, las formas de requerimientos de localización de datos en otros mercados, mecanismos de propiedad intelectual en otros, la eliminación de barreras no arancelarias, la determinación de cuáles son las responsabilidades jurídicas de los vendedores en otros mercados y la obligada protección de los derechos del consumidor resultantes de las transacciones electrónicas transfronterizas.

Dada su importancia en la competitividad en el comercio electrónico transfronterizo y la necesidad que se eliminen, se hace referencia que las barreras no arancelarias son obstáculos al comercio que no están relacionados con los aranceles, es decir, impuestos directos sobre las importaciones o exportaciones. Estas barreras pueden adoptar diversas formas y pueden ser utilizadas por los países para proteger sus industrias nacionales, asegurar la seguridad del consumidor o proteger el medio ambiente. Existen ciertas categorías comunes de barreras no arancelarias que se relacionan con requisitos de certificación y estándares técnicos que incluyen marcado y etiquetado que los productos deben cumplir para ser comercializados en un determinado mercado.

Por otra parte, los procedimientos aduaneros, incluidos los requisitos de documentación, inspecciones aduaneras y demoras en los puertos de entrada, pueden actuar como una barrera para el comercio al aumentar los costos y los tiempos de envío; así mismo, las regulaciones sanitarias y fitosanitarias: Estas regulaciones establecen estándares relacionados con la seguridad alimentaria, la salud animal y vegetal, y la protección del medio ambiente, y pueden incluir requisitos de inspección y certificación para productos agrícolas y alimenticios; en similares términos se tienen las barreras técnicas al comercio que se refieren a las normas y regulaciones técnicas que pueden dificultar la entrada de productos extranjeros al mercado al establecer requisitos específicos de diseño, fabricación o producción que pueden ser difíciles de cumplir para los exportadores extranjeros.

Las limitaciones en la cantidad de bienes que pueden importarse o exportarse, como cuotas de importación, contingentes arancelarios o prohibiciones de exportación constituyen barreras no arancelarias que los Estados imponen para proteger a los productores nacionales. Algunos países pueden imponer restricciones a la inversión extranjera en ciertos sectores de la economía, lo que puede limitar el acceso de las empresas extranjeras al mercado local. Estos a su vez pueden estar fortalecidas medidas temporales que un país puede implementar para proteger a sus industrias nacionales de un aumento repentino y significativo en las importaciones. Por ello, hoy en día, se aboga por la reducción de estas

barreras y la promoción de un comercio más libre suelen ser objetivos importantes en las negociaciones comerciales internacionales.

Sobre las retenciones del Impuesto al Valor Agregado en un *marketplace* o tienda en línea se tiene la regulación contenida en las Disposiciones Legales para el Fortalecimiento de la Administración Tributaria, Decreto número 20-2006 del Congreso de la República de Guatemala, que establece que los operadores de tarjeta de crédito o débito son quienes pagan a los establecimientos afiliados a la red de operadores, los consumos o compras que los tarjetahabientes efectúen con tarjetas de crédito o débito. También indica que los pagos que realicen por cuenta de los tarjetahabientes a los establecimientos afiliados a la red de operadores retendrán el 15% del Impuesto al Valor Agregado incluido en el precio de venta del producto.

El 15% retenido lo debe enterar el operador de la tarjeta de crédito o débito a la Superintendencia de Administración Tributaria dentro de los 15 días hábiles del mes inmediato siguiente a la fecha en que se realizó la retención. Por otro lado, los establecimientos afiliados, son responsables ante el fisco por el 85% del Impuesto sobre el Valor Agregado no retenido correspondiente a la operación pagada con tarjeta de crédito o débito. En una operación de venta al exterior por medio de un *marketplace* y pago a través de tarjeta de crédito o débito, intervienen diferentes actores como el pequeño productor, emprendedor o empresa (generalmente pyme), la

tienda virtual (establecimiento afiliado a una red de operadores de tarjeta de crédito o débito, el comprador o cliente final que se encuentra en el extranjero (tarjetahabiente) y la operadora de la tarjeta de crédito o de débito.

Propuesta de reforma de la iniciativa de ley que propone regular el comercio electrónico transfronterizo en Guatemala

El problema que se ha detectado es que al momento que un comprador y/o cliente que está en el exterior (tarjetahabiente) realiza la compra y paga con su tarjeta de crédito un producto que fue puesto por un pequeño artesano en una tienda virtual, el operador de la tarjeta de crédito debe realizar una retención del 15% del Impuesto al Valor Agregado que corresponde a ese producto y por lo tanto, de acuerdo a lo que establece el artículo 3 de las Disposiciones Legales para el Fortalecimiento de la Administración Tributaria, Decreto número 20-2006 del Congreso de la República de Guatemala, la tienda virtual como establecimiento afiliado a una red de operadores, es la responsable por el 85% del Impuesto al Valor Agregado no retenido de esa operación pagada con tarjeta de crédito.

En esa transacción electrónica, la tienda virtual, en vez de ser solo la facilitadora al pequeño artesano o emprendedor con su portal y su pasarela de pago para realizar la venta, sino que se convierte en la práctica en la

responsable del pago del 85% del Impuesto al Valor Agregado no retenido. Además, por ser una venta de exportación independientemente de la forma o la vía, no debería aplicarse la retención del Impuesto al Valor Agregado, de acuerdo a lo establecido en el artículo 7, numeral 2, de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, Decreto número 27-92 del Congreso de la República de Guatemala, en donde se estipula que las exportaciones de bienes y las exportaciones de servicios están exentas del Impuesto al Valor Agregado.

En este sentido, la iniciativa de ley que se comenta debe explicitar que las transacciones en el comercio electrónico transfronterizo, que implique una exportación de bienes no pagan el Impuesto al Valor Agregado, sin perjuicio que se pueda gravar las utilidades de las empresas nacionales por el impuesto de la renta, que no es por el hecho de la venta en línea transfronteriza sino la generación lícita de lucro que acrecienta las ganancias a capital. Vista así, la transacción comercial de electrónica transfronteriza al aplicársele el Impuesto al Valor Agregado se le estaría aplicando una barrera arancelaria autoimpuesta por el mismo Estado guatemalteco en detrimento de los comerciantes electrónicos, cuando ya por ley por connotar una exportación no es un hecho generador del citado impuesto.

Si bien la iniciativa de ley que se comenta realiza definiciones omite realizar la definición de lo que debe entenderse como comercio internacional transfronterizo, para determinar sus alcances y delimitar sus aplicaciones con mayor precisión. En este sentido no solamente establecer la definición sino su caracterización, además con suma importancia deben incluirse las regulaciones sobre la contratación en el comercio electrónico fronterizo, que se relacionen con el ámbito de su validez jurídico, el lugar donde se tiene por perfeccionado, el lugar donde se tendrá por cumplido, la solución de controversias en la aplicación de este tipo de contratación, las sanciones que dieren lugar la contravención dolosa de estas contrataciones.

Por otra parte, deben incluirse disposiciones sobre el comercio electrónico y la ciberseguridad porque están estrechamente ligados el uno con el otro, no es posible asumir la posición de que el comercio electrónico pueda funcionar sin la aplicación de una estrategia de ciberseguridad. Como es conocimiento generalizado la ciberseguridad comprende la protección de los activos de la información a través del tratamiento de amenazas que puedan poner en riesgo la información que se procesa y almacena en sistemas de información interconectados. Entre los beneficios de la seguridad en el *e-commerce* están la reducción de riesgos ante un posible fraude o ciberataque, descubrimiento y mitigación de cualquier tipo de vulnerabilidad en el sitio web, garantías de seguridad y confianza que

permitan una compra segura, tanto para el cliente, como para el propietario.

En esta iniciativa también se debe garantizar la seguridad de la información observando las leyes de privacidad y antimonopolio y proteger la información personal de los consumidores y la administración de los datos por parte de los vendedores para lo cual se requiere un estricto seguimiento a los sistemas informáticos. Así mismo, debe regularse de tal forma que se facilite el comercio electrónico transfronterizo garantizando la seguridad de la información de los proveedores de bienes y servicios que utilizan los canales de ventas electrónicos, las plataformas electrónicas, los intermediarios como agentes logísticos y medios de pago (que mayoritariamente son transacciones de pago en línea) y los clientes.

Conclusiones

Con relación al objetivo general de establecer las similitudes y diferencias en la regulación de la contratación en el comercio electrónico transfronterizo entre Guatemala, Colombia, Estados Unidos Mexicanos y Ecuador para incorporar las mejores prácticas legislativas en la materia, se concluye que prevalece en los países estudiados entre las similitudes la práctica del comercio electrónico cuyo principal fortaleza actual es la regulación de la firma electrónica y disposiciones que pretenden dotar de certeza jurídica la contratación electrónica transfronteriza; las diferencias marcadas se relacionan con aspectos de ciberseguridad, las regulaciones tributarios y defensa de los derechos de los consumidores de bienes y servicios en plataformas digitales. Las buenas prácticas enunciadas conllevan su consideración para su innovación jurídica en Guatemala.

Con relación el primer objetivo específico de analizar los aspectos conceptuales y jurídicos de la contratación en el comercio electrónico transfronterizo, se concluye que el comercio en esta era tecnológica y de las redes es una práctica en auge, por lo que desde el ámbito jurídico se han hecho los esfuerzos teóricos para conceptualizarlos y propiciar su comprensión jurídica en los cuerpos normativos que tienen por objeto la regulación de los contratos en el ámbito de los negocios virtuales, a través de aplicaciones y plataformas dedicadas a este tipo de comercio; dando como resultado que la noción de contratación sigue

manteniendo su concepción clásica mercantil con las necesarias adaptaciones según las características del comercio electrónico y de forma particular en llamado fronterizo.

Con relación con al segundo objetivo específico de establecer las principales prácticas legislativas sobre el comercio electrónico transfronterizo en Colombia, Estados Unidos Mexicanos y Ecuador, se concluye que se destacan los esfuerzos legislativos en los países de estudio de proveer la certeza jurídica en la contratación, los aspectos tributarios, la protección de los derechos de los consumidores y las medidas de ciberseguridad. En el caso de Guatemala se encuentra en el Congreso de la República de Guatemala la Iniciativa que dispone aprobar ley para promover y facilitar el comercio electrónico transfronterizo, número de registro 6029, en que se considera conveniente incorporar aspectos de ciberseguridad y los derechos de los consumidores, no solamente aspectos fiscales y la firma electrónica que ya se encuentra regulado con antelación en un cuerpo normativo específico.

Referencias

Aguilar Guerra V. (2004). *El Negocio Jurídico*. 4º. Edición. Editorial Serviprensa S.A.

Bravo, M. & Casado, L. (2021). *Informe e-país: el comercio electrónico en México*. ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E

Comisión Económica para América Latina (2018). *Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2018. Evolución de la inversión en América Latina y el Caribe: hechos estilizados, determinantes y desafíos de política*. Recuperado el 12 de junio de 2024 en <https://www.cepal.org/es/publicaciones/43964-estudio-economico-america-latina-caribe-2018-evolucion-la-inversion-america>

Dávalos, S. (2010). *Manual de Introducción al Derecho Mercantil*. Nostra, Ediciones.

Observatorio eCommerce de Colombia (2023). *Hoja de Ruta. Propuestas y Recomendaciones para el Comercio electrónico Transfronterizo*. Unión Temporal CNC - CCCE – FACEIT.

Organización Mundial de Comercio (2018). Informe anual 2018. Recuperado el 12 de junio de 2024. [hrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep18_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep18_s.pdf)

Statista Digital Market Outlook (2024). Previsiones. Recuperado el 12 de junio de 2024 en <https://es.statista.com/estadisticas/1273240/servicios-online-usuarios-mundiales-por-segmento/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20las%20previsiones%20realizadas%20por,de%20los%20registrados%20en%202019>.

Legislación nacional

Congreso de la República (2022). *Iniciativa que dispone aprobar ley para promover y facilitar el comercio electrónico transfronterizo*. Número de registro 6029.

Congreso de la República de Guatemala (2008). *Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas*. Decreto número 47-2008.

Congreso de la República de Guatemala. *Disposiciones Legales para el Fortalecimiento de la Administración Tributaria*. Decreto número 20-2006.

Congreso de la República de Guatemala. *Ley del Impuesto al Valor Agregado*. Decreto número 27-92.

Legislación internacional

Cámara de Diputados de los Estados Unidos Mexicanos. *Código de Comercio*.

Cámara de Diputados de los Estados Unidos Mexicanos. *Ley Federal de Protección al Consumidor*.

Congreso de Colombia (1999). *Ley de Comercio Electrónico*. Ley 527 de 1999.

Congreso de Colombia (2011) *Estatuto del Consumidor*. Ley 1480.

Congreso Nacional de Ecuador (2022). *Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos*. Ley No. 2002-67.

Naciones Unidas (1996). *Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional sobre Comercio Electrónico*.

Secretaría de Economía, Dirección General De Normas, Estados Unidos Mexicanos (2018). *Norma Mexicana NMX-COE-001-SCFI2018*.