



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

**Protección al consumidor y comerciante en el comercio
electrónico en Guatemala y Derecho Comparado**
(Tesis de Licenciatura)

Carlos Augusto Lemus Navarro

Guatemala, noviembre 2023

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

**Protección al consumidor y comerciante en el comercio
electrónico en Guatemala y Derecho Comparado**
(Tesis de Licenciatura)

Carlos Augusto Lemus Navarro

Guatemala, noviembre 2023

Para los efectos legales y en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 1°, literal h) del Reglamento de Colegiación del Colegio de Abogados y Notarios de Guatemala, **Carlos Augusto Lemus Navarro**, elaboró la presente tesis, titulada **Protección al consumidor y comerciante en el comercio electrónico en Guatemala y 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, 5 de mayo de 2023

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 del estudiante **Carlos Augusto Lemus Navarro**, ID 000121477. Al respecto se manifiesta que:

- a) Brinde acompañamiento al estudiante en referencia durante el proceso de elaboración de la tesis denominada **“Protección al consumidor y comerciante en el comercio electrónico en Guatemala y derecho comparado”**.
- b) Durante ese proceso le fueron sugeridas correcciones que realizó conforme los lineamientos proporcionados.
- c) 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.

Se hace la aclaración que el estudiante es el único responsable del contenido de la tesis ya indicada.

Atentamente,



Laura Irene Balcarcel Remón

*Laura Irene Balcarcel Remón
Abogada y Notaria*



Licda. Rosa Isabel De León Godoy
Abogada y Notaria
Correo: ideleon.upana@gmail.com

Guatemala, 17 de julio del 2023.

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

Estimados señores:

Respetuosamente me dirijo a ustedes, en referencia a mi nombramiento como **revisor metodológico** de la tesis del alumno **Carlos Augusto Lemus Navarro**, ID número **000121477**, titulada **Protección al consumidor y comerciante en el comercio electrónico en Guatemala y Derecho Comparado**.

Al respecto manifiesto que la versión final de la investigación fue objeto de revisión de forma y de fondo, verificando 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, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para que se continúe con los trámites de rigor.

Se hace la aclaración que el estudiante es el único responsable del contenido de la tesis ya indicada.

Atentamente,


Licda. Rosa Isabel De León Godoy
Abogada y Notaria

*Rosa Isabel De León Godoy
Abogada y Notaria*



En la ciudad de Guatemala el día veintiséis de octubre de dos mil veintitrés siendo las trece horas con treinta minutos, yo **ALAND SERGIO MENDEZ ANDRADE** Notario en ejercicio, colegiado activo treinta y cuatro mil trescientos sesenta y ocho (34368), me encuentro constituido en mi oficina profesional ubicada en veintitrés guion ochenta Edificio Avante sexto nivel oficina seiscientos uno, Vista Hermosa II, zona quince del municipio y departamento de Guatemala, soy requerido por **CARLOS AUGUSTO LEMUS NAVARRO**, de cuarenta y cuatro años, casado, guatemalteco, Ingeniero Agrónomo, de este domicilio y se identifica con Documento Personal de Identificación –DPI- Código Único de Identificación –CUI- dos mil cuatrocientos cincuenta y nueve espacio setenta y tres mil trescientos treinta y ocho espacio cero ciento uno extendido por el Registro Nacional de las Personas de la República de Guatemala, quien requiere mis servicios profesionales con el objeto de hacer constar que a través de la presente **DECLARACIÓN JURADA** lo siguiente: **PRIMERO:** El requirente, **BAJO SOLEMNE JURAMENTO DE LEY**, y enterado por el infrascrito notario de las penas relativas al delito de perjurio, **DECLARA**, ser de los datos de identificación personal consignados en la presente y que se encuentra en el libre ejercicio de sus derechos civiles. **SEGUNDO:** Continúa declarando bajo juramento el requirente: i) ser autor del trabajo de tesis titulado: **“PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y COMERCIANTE EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN GUATEMALA Y DERECHO COMPARADO”**; ii) haber respetado los derechos de autor de las fuentes consultadas y reconocido los créditos correspondientes; y iii) aceptar la responsabilidad como autor del contenido de la presente tesis de licenciatura. No habiendo nada más que hacer constar, finalizo el presente instrumento en el mismo lugar y fecha de su inicio, veinticinco minutos después, la cual consta en una hoja de papel bond tamaño oficio, impresa en ambos lados, que



ORDEN DE IMPRESIÓN DE TESIS DE LICENCIATURA

Nombre del Estudiante: **CARLOS AUGUSTO LEMUS NAVARRO**

Título de la tesis: **PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y COMERCIANTE
EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN GUATEMALA Y DERECHO
COMPARADO**

El Decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia,

Considerando:

Primero: Que previo a otorgársele el grado académico de Licenciado en Ciencias Jurídicas y de la Justicia, así como los títulos de Abogado y Notario, el estudiante ya mencionado, 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 Laura Irene Balcarcel Remón, de fecha 5 de mayo del 2023.

Tercero: Que tengo a la vista el dictamen favorable emitido por la revisora, Licenciada Rosa Isabel De León Godoy, de fecha 17 de julio del 2023.

Cuarto: Que tengo a la vista el acta notarial autorizada en la ciudad de Guatemala, el día 26 de octubre del 2023 por el Notario Aland Sergio Mendez Andrade, que contiene declaración jurada del estudiante, quien manifestó bajo juramento: *ser autor del trabajo de tesis, haber respetado los derechos de autor de las fuentes consultadas y reconocido los créditos correspondientes; y aceptar la responsabilidad como autor del contenido de su tesis de licenciatura.*

Por tanto,

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

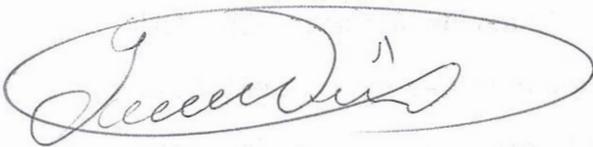
Guatemala, 16 de noviembre de 2023

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

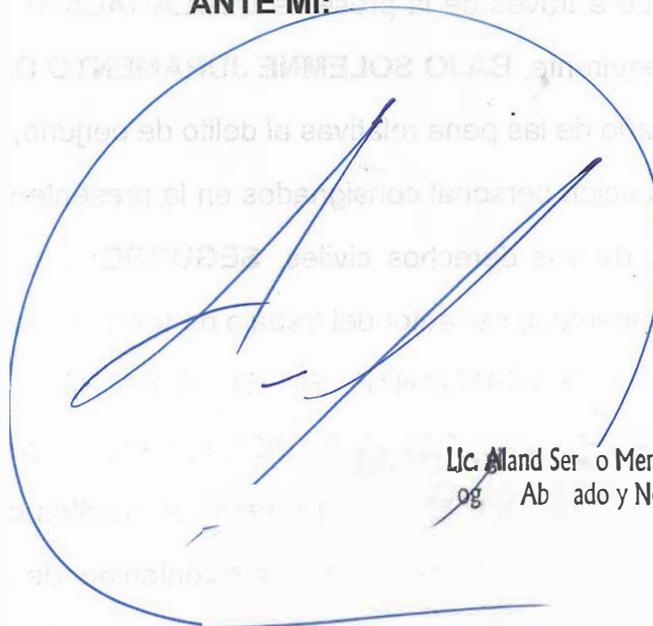


Dr. Enrique Fernando Sánchez Usera
Decano de la Facultad de Ciencias
Jurídicas y Justicia

firma y sello a la cual le adhiero los timbre para cubrir los impuestos correspondientes que determinan las leyes respectivas: un timbre notarial del valor de diez quetzales con serie BK guion cero trescientos sesenta y ocho mil ciento dos (BK-0368102) y un timbre fiscal del valor de cincuenta centavos con número de registro siete millones ciento treinta y siete mil novecientos diecinueve (7137919). Leo íntegramente lo escrito al requirente quien enterado de su contenido, objeto, validez y demás efectos legales, la acepta, ratifica y firma con el Notario que autoriza. **DOY FE DE TODO LO EXPUESTO.**

f) 

ANTE MÍ:



Lic. ~~Al~~and Ser o Mendez Andrade
og Ab ado y Notario.

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

Acto que dedico

Al Creador

Nuestro amado Padre que nos permite tener el regalo de vida.

A mi Patria Guatemala

Tierra que me brinda abrigo y alimento y por quien debo dar lo mejor.

A mis Padres

Carlos Isabel Lemus Grijalva quien vive en nuestros corazones y Angela Alcira Navarro Caravantes quien ha sido ejemplo de vida y a quien debo lo que hoy soy.

A mi Esposa e Hijos

Roxana Trinidad Quintana Godoy (cónyuge) y a mis hijos Carlos Jose Lemus Quintana y Lourdes Mariel Lemus Quintan, quienes han sido un motor constante para alcanzar la presente meta.

A Mis Hermanos

Karla Yesenia Lemus Navarro, Sandra Patricia Lemus Navarro. Maria Ivon Lemus Navarro y José Fernando Lemus Navarro, quienes forman parte fundamental en mi camino de vida.

A mis Padrinos

Abogada Sandra Janett Martinez Marroquin y Abogado Noé Adalberto Ventura Loyo, a quienes admiro y respeto, por ser personas especiales y que me han ido formando en el mundo jurídico.

A mi Universidad Panamericana y a mi Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia

Por haberme permitido a través del conocimiento, alcanzar tan digna meta y formar parte del grupo de profesionales del derecho que día a día luchan por una Guatemala mejor. Así mismo al Elenco de Profesionales con quien tuve el honor de formarme en tan prestigiosa Facultad.

Mi gratitud a todas aquellas personas que siempre me han apoyado, especialmente a Yeyny Maria Ajtun Vicente, Maria Cristina Lopez, Erick Ortiz Poggio, y otros de los cuales no menciono nombres pero han estado oportunamente.

Índice

Resumen	i
Palabras clave	ii
Introducción	iii
El consumidor y usuario	1
Comerciantes y los actos de comercio electrónico	19
Protección del consumidor y usuario y el comerciante en el comercio electrónico en el Derecho Comparado	34
Conclusiones	75
Referencias	78

Resumen

En este estudio de Derecho Comparado se abordó el tópico de protección al consumidor y comerciante en el comercio electrónico en Guatemala y Derecho Comparado. El comercio electrónico se ha vuelto parte de la vida cotidiana del hombre, no obstante, el ordenamiento jurídico guatemalteco no puede responder de forma efectiva los daños que sufren consumidores y comerciantes en su interacción a través del internet y las demás plataformas electrónicas, aunque en diferentes condiciones. El objetivo general fue establecer los perjuicios jurídicos, económicos y comerciales que genera la falta de protección al comprador y vendedor en la compraventa mercantil a través de la internet en el comercio electrónico en Guatemala y comparar con Costa Rica, Colombia y México para regular en el país esta protección.

El primer objetivo específico consistió en determinar los aspectos jurídicos y doctrinarios del consumidor y usuario y la protección en el ordenamiento jurídico guatemalteco. Asimismo, el segundo objetivo se refirió a analizar la clasificación de los comerciantes y su intervención en los actos de comercio electrónico y su regulación legal. La investigación fue mediante la consulta de material bibliográfico actualizado y de normas jurídicas. Luego de analizar las legislaciones aplicables se concluyó que, entre los perjuicios jurídicos, se encuentran la falta de seguridad y certeza jurídica; entre los económicos, la afectación patrimonial para cualquiera

de las partes, mientras que, con relación a los perjuicios comerciales, el bajo crecimiento de la inversión en el país. Problemática atendida por la legislación de Costa Rica, Colombia y México.

Palabras clave

Consumidor. Usuario. Comerciante. Protección. Comercio electrónico.

Introducción

En esta investigación se abordará el tema de protección al consumidor y comerciante en el comercio electrónico en Guatemala y Derecho Comparado. El desarrollo tecnológico alcanzado en el siglo XXI por el surgimiento del internet y sus aplicaciones ha generado una serie de cambios en la forma en que el hombre realiza diferentes actividades, siendo una de ellas el comercio. Fue inevitable que los comerciantes y consumidores llevaran su relación al plano digital, reconociéndose esta en la actualidad como comercio electrónico con sus ventajas y desventajas. En el mundo digital se debe resguardar la seguridad jurídica en los actos de comercio; garantizar una protección especial para los consumidores y comerciantes por los riesgos que pueden asumir tanto en la compra, venta y pago, aspectos que serán analizados en la legislación guatemalteca frente a la normativa de Costa Rica, Colombia y México.

El objetivo general de la investigación será establecer los perjuicios jurídicos, económicos y comerciales que genera la falta de protección al comprador y vendedor en la compraventa mercantil a través de la internet en el comercio electrónico en Guatemala y comparar con Costa Rica, Colombia y México para regular en el país esta protección. El primer objetivo específico consistirá en determinar los aspectos jurídicos y doctrinarios del consumidor y usuario y la protección en el ordenamiento jurídico guatemalteco; mientras que el segundo será analizar la

clasificación de los comerciantes y su intervención en los actos de comercio electrónico y su regulación legal. Para el efecto se documentarán aportes de autores, la normativa legal vigente del país y la del Derecho Comparado.

Las razones que justifican el estudio consisten en: la transformación de la actividad comercial con la cual se ha pasado de la intermediación física entre el comerciante y el consumidor o usuario a la interacción digital, requiere de cambios en los preceptos jurídicos que forman parte del Derecho Mercantil, disciplina jurídica que tiene por objeto de estudio el comercio, de tal manera que se regulen de forma efectiva los derechos y obligaciones de ambas partes y se eviten los perjuicios que han sido recurrentes en el comercio electrónico. Además, el interés del investigador radica en realizar un aporte jurídico para la comunidad educativa y profesionales de las Ciencias Jurídicas. Para el desarrollo del trabajo, la modalidad de la investigación es la de derecho comparado, a través de su desarrollo se analizará la protección que poseen los consumidores y comerciantes en el comercio electrónico según la normativa de Costa Rica, Colombia y México.

En cuanto al contenido, en el primer subtítulo se estudiarán aspectos relevantes sobre la figura del consumidor y usuario, desde documentar algunos aspectos doctrinarios, establecer una definición y por supuesto, conocer los preceptos legales que se encuentran contenidos en el

ordenamiento jurídico guatemalteco sobre los derechos fundamentales que les asisten frente a los comerciantes; en el segundo se abordará lo relativo a los comerciantes, otro de los elementos personales del comercio tradicional y la nueva modalidad que tiene lugar a través de las redes telemáticas, se conocerán sus antecedentes, definición, así como su clasificación; y finalmente; en el tercero, lo relacionado al comercio electrónico y la protección de los derechos fundamentales de los consumidores y comerciantes, ventajas y beneficios, según el Derecho Comparado.

Protección al consumidor y comerciante en el comercio electrónico en Guatemala y Derecho Comparado

El consumidor y usuario

El ser humano se ha caracterizado a través del tiempo por interactuar con sus congéneres y de forma conjunta han desarrollado una serie de actividades que les han permitido superarse, entre las más importantes para la humanidad se encuentra el comercio. En ella se reconocen de forma doctrinaria y legal dos elementos personales, en este apartado se abordarán aspectos relevantes sobre la figura del consumidor y usuario, desde documentar algunos aspectos históricos, establecer una definición y por supuesto, conocer los preceptos legales que se encuentran contenidos en el ordenamiento jurídico guatemalteco, particularmente lo relacionado a los derechos fundamentales que les asisten frente a los comerciantes, así como de las obligaciones que deben cumplir.

Aspectos doctrinarios del consumidor y usuario en Guatemala

El desarrollo que el ser humano ha llegado a alcanzar es producto de la capacidad que tiene para aprovechar los recursos que hay a su disposición, siempre con la finalidad de satisfacer cada una de las necesidades del diario vivir, tales como, alimentación, vestuario, vivienda, transporte, entretenimiento, comunicación y salud; si bien es cierto, el hombre

procuró en un principio satisfacer únicamente sus necesidades a nivel individual, tal como lo señala la historia, la interacción social, lo llevó a experimentar el intercambio de productos para mejorar su calidad de vida, acción que con el paso del tiempo fue concebida bajo el término de comercio y que en la actualidad representa una actividad económica por ser una fuente de ingresos dinerarios, reconociéndose como parte de los elementos personales que intervienen, el comerciante, el consumidor y el usuario, entre quienes se concreta una relación de oferta y demanda.

Según Ayala (2022):

... se puede afirmar que el comercio es una actividad humana que se caracteriza por la intervención de dos partes: el comerciante y el cliente. Por lo tanto, el comerciante es la persona que pone un bien o servicio a disposición del público en general, conocido como adquirente, cliente o consumidor; con el único fin de obtener ganancia, un lucro, entendido este último como una ganancia excesiva (p.3).

Entre lo citado, podría inferirse que la actividad esencial del comerciante es la intermediación, toda vez que es el medio por el cual el consumidor puede adquirir un bien o un servicio a cambio de una contraprestación dineraria; ahora bien, el comercio, en otros términos, conceptualiza la relación que surge entre los seres humanos al comprar y vender, interacción que ha sido imperativo regular a través de una serie de normas jurídicas para definir, derechos, obligaciones y reglas que deben ser atendidas por los sujetos que intervengan en una transacción comercial. Cabe resaltar que su estudio forma parte del área del Derecho Mercantil. Además de lo anterior, se puede establecer que en el comercio existe un

beneficio mutuo entre el comerciante y el consumidor, el primero a través de la renta que obtiene y el segundo al satisfacer alguna de sus necesidades primarias o secundarias, de las cuales depende la demanda en el mercado.

Al respecto, Cárdenas (2014), refiere:

Ser consumidores implica que formamos una parte importante de la estructura económica, doméstica e internacional. Nuestras decisiones afectan la demanda de materias primas, accesorios, componentes, maquinaria, equipo y servicios que pueden llevar a las organizaciones al éxito o al fracaso (p. 4).

De lo expuesto por el autor, resulta acertado que la actitud de los consumidores tiene un efecto directo en la producción de bienes y la prestación de servicios que se ofrecen en el mercado; por otro lado, el aumento de la población a nivel mundial es un fenómeno que ha exigido que los sistemas de fabricación sean más acelerados, particularmente a través de la industrialización, de tal manera que se pueda atender la demanda de la población. También resulta oportuno señalar que entre los factores que han influido en la capacidad de transformación de materia para la elaboración de productos se encuentran los grandes avances en la ciencia y la tecnología, sobresaliendo en este último, el uso de plataformas digitales como la internet y las redes sociales que forman parte de las tecnologías de la información y la comunicación para promover actividades de comercio, por supuesto, con sus ventajas y desventajas.

En la actualidad inclusive se ha hecho referencia de que el ser humano vive en una sociedad de consumo, los guatemaltecos nos son ajenos a esa dinámica, el capitalismo como modelo económico generalizado, la apertura de mercados como parte de la globalización, el crecimiento de empresas transnacionales y campañas de publicidad masivas, aunadas al deseo de las personas de adquirir un estatus social, son circunstancias que mantienen un alto índice de demanda de productos y servicios, no obstante, resulta que consumidores y usuarios en muchos casos no han obtenido lo que esperaban, en tal virtud, es de vital importancia la positivización de normas jurídicas que les brinden una tutela efectiva ante prácticas perjudiciales por parte de comerciantes o viceversa.

De acuerdo con Contreras (2009) en Guatemala “el consumidor es aquel que paga aproximadamente el setenta por ciento de los impuestos que percibe el gobierno guatemalteco, mediante los tributos indirectos, por lo que fue necesario brindarles una debida y adecuada protección a los derechos de éstos” (p. 5). Con base en lo anterior, se puede inferir que la autora es del criterio que en el país los consumidores son aquellos que forman parte de la clase trabajadora; sin embargo, la demanda de productos y servicios es más pronunciada en los que no tienen la posibilidad de producirlos, todas las personas en general, sin distinción alguna, tienen la necesidad de adquirir productos a través del comercio. En ese sentido, los empresarios o las personas que cuentan con mucha

riqueza no son extrañas a las transacciones comerciales para satisfacer sus demandas.

En este contexto Alfonso (2018), manifiesta:

Así como todos somos masa, en el sentido orteguiano, al menos por algún costado del alma, también jurídicamente todos tenemos la condición de consumidores. En cualquier situación de la vida estamos adquiriendo bienes o servicios para satisfacer nuestras necesidades. El Derecho del consumo es una disciplina de gran impacto social que ha ido adquiriendo relevancia a impulsos del desarrollo económico (p. 7).

Empleando una metáfora fundamentada en un pensamiento filosófico atribuido a José Ortega y Gasset, el texto citado, recalca que toda persona ocupa la posición de consumidor durante su vida, en virtud de las necesidades básicas o secundarias de la cotidianidad, no existe ser humano que no consuma alimentos para su subsistencia, que no requiera de un techo para resguardarse de la intemperie, de prendas de vestir para cubrir o proteger su cuerpo, de un medio para movilizarse de un lugar a otro, de medicamentos para recuperar su salud, insumos para educarse o simplemente recrearse, es más, inclusive al fallecer se requieren de bienes y servicios; en ese sentido, la adquisición de productos se ha vuelto parte de la naturaleza del hombre.

En cuanto al derecho de consumo que refiere la autora, resulta interesante como la doctrina empieza a reconocer una nueva área en la ciencia del Derecho, en función del vínculo entre comerciantes y consumidores o usuarios, particularmente orientado al estudio de principios, teorías,

instituciones y normas jurídicas destinadas a la protección de los consumidores ante una situación de inferioridad, en virtud de condiciones desiguales en la actividad de intercambio. Podría decirse que en Guatemala el derecho de consumo no se encuentra plenamente reconocido, no existen las bases para considerarla una disciplina autónoma, no existe mayor aporte doctrinario sobre su contenido, el único aspecto en el que el Estado guatemalteco ha conseguido avances en la materia, es en la creación de normas jurídicas como, por ejemplo, las contenidas en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, la cual se desarrollará en otro apartado.

En Guatemala, según Morales (2009) “...el tema relativo a proteger al consumidor es sumamente importante. Existen movimientos de asociación de consumidores, los que cada día toman una mayor importancia en el país, y sus acciones y participación al defender sus intereses (...) es decisiva” (p. 5). Es indiscutible que el Estado debe garantizar una tutela efectiva para los consumidores. Por otro lado, también es trascendental que, ante la falta de ello, se creen grupos organizados para demandarla, con fundamento en la Constitución Política de la República de Guatemala, la cual reconoce en el artículo 34 el derecho de asociación entre personas que compartan un mismo interés, como en el caso de la Asociación de Consumidores y Usuarios de Guatemala (ACUSGUA), agrupación organizada en el país con el objetivo de velar por el servicio de transporte urbano.

Con anterioridad se hizo referencia que en el comercio se reconoce al consumidor y el usuario como elementos personales del vínculo que se crea en dicha actividad los seres humanos, conceptos de los cuales se documentarán definiciones, de tal manera que se pueda obtener una perspectiva clara de lo que comprenden, para el efecto, se empleará la doctrina y los preceptos legales que se puedan recopilar. Además de lo relacionado, se plasmarán otras consideraciones de carácter general sobre el consumidor y usuario, por las cuales es ineludible que el Estado pueda normar las condiciones en las cuales deba desarrollarse toda actividad de comercio, enfocándose especialmente en la creación de un marco jurídico que permita un equilibrio entre los consumidores y el comerciante.

De acuerdo con Alfonso (2018), doctrinariamente:

El concepto de consumidor, resulta un término que es utilizado más en sentido económico que jurídico... La significación actual claramente excede aquella visión y comprende o caracteriza a toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza, como destinatario final bienes o servicios, sean ellos consumibles o no, es decir resulta independiente del sentido o categorización que se dé a las cosas que se adquieren. El concepto de consumidor, acorde a la doctrina, también puede ser utilizado para que incluya a las personas que deben ser comprendidas en el término usuario, que identifica a quien utiliza los servicios, sin ser adquirente de bienes o cosas, ello sin perjuicio de las diferencias terminológicas existentes, lo que busca es unificar conceptos... (p.p. 18-19).

Entre los aspectos que sobresalen de la definición citada, se puede mencionar: a) inicialmente el concepto tiene reconocimiento en materia económica, probablemente por la incidencia del consumidor en el flujo de recursos económicos, más consumo significa mayor circulación de dinero; b) en la actualidad, el consumidor adquiere relevancia en la ciencia

del Derecho, toda vez que en el momento en que decide adquirir un producto o servicio, invierte parte de su patrimonio, siendo necesario protegerlo, en tal virtud, debe ser sujeto de derechos y obligaciones, los cual debe establecerse en el ordenamiento jurídico del Estado; c) la calidad de consumidor se ejerce tanto por personas individuales como jurídicas; y, d) según la autora la diferencia entre consumidor y usuario radica en que, el primero es quien adquiere de manera directa un bien o servicio, mientras que el segundo, es quien aprovecha finalmente lo que se compra.

A criterio de Tabares et al. (2016):

Consumidor es una categoría propia de cualquier sistema social. Toda persona es un consumidor potencial al ser sujeto de una relación de consumo. La existencia del ser humano está condicionada a la adquisición, utilización y disfrute de bienes y servicios para desarrollar su proyecto de vida, acciones que deben estar protegidas por el Estado para garantizarle una vida digna y decorosa (p. 10).

Las ideas propuestas por los autores resultan acertadas, puesto que, en la actualidad, la vida en sociedad exige a cada ser humano adaptarse a las prácticas que se generalizan ante los fenómenos demográficos, culturales, económicos, políticos, entre otros, que tienen lugar en cada período de tiempo y región, siendo la actitud de consumo, un denominador común en todo el mundo, el hombre ya no puede vivir en forma aislada, todos requieren de bienes y servicios para subsistir, aunque, cabe resaltar que la capacidad financiera, las emociones, la moda, los vínculos familiares y sociales pueden influir de manera directa en las necesidades de consumo,

factores internos y externos a los cuales se suman las estrategias de las empresas y los comerciantes para posicionar y vender los productos que elaboren o que adquieran para su intermediación, sean estos esenciales o no, toda vez que el fin primordial de ellos es la generación de ganancias.

En este contexto, Cárdenas (2014) señala “...el estilo de vida de los consumidores está determinado por la toma de decisiones conscientes e inconscientes, (...) características personales, su actitud ante la vida, su comportamiento, su historia y el lugar geográfico.” (p. 6). Hoy en día, el mercado tiene una gran variedad de bienes y servicios a disposición de los consumidores, lo cierto es que, los consumidores están sujetos a cambios en su estilo de vida a partir de la influencia que reciban de su entorno social. En ese sentido, las necesidades que el ser humano debe satisfacer no siempre responden a demandas personales, en muchos casos, se adquieren productos por circunstancias externas.

En cuanto a definiciones legales, la Ley de Protección al Consumidor y Usuario (2003), regula:

Consumidor: Persona individual o jurídica de carácter público o privado nacional o extranjera, que en virtud de cualquier acto jurídico oneroso o por derecho establecido, adquiera, utilice o disfrute bienes de cualquier naturaleza.

Usuario: Persona individual o jurídica que adquiere a título oneroso o por derecho establecido legalmente, servicios prestados o suministrados por proveedores de carácter público o privado. (artículo 3 incisos c y k).

De conformidad con lo anterior, la legislación guatemalteca contempla una definición legal, tanto para el término consumidor como para usuario, lo cual resulta muy acertado en la labor realizada por el Organismo Legislativo, puesto que el Decreto Número 06-2003 es una normativa especial, creada precisamente para la defensa de estos sujetos. Del texto legal, queda claro que ambas figuras pueden ser representadas por personas naturales como por personas jurídicas, ahora bien, en cuanto a la distinción que puede derivarse entre los dos vocablos, puede decirse que, el consumidor es aquella persona que adquiere cualquier tipo de bien producido para el consumo, siendo en ese sentido un objeto material para satisfacer alguna de sus necesidades, mientras que el usuario es aquella persona que por medio de una transacción comercial, contrata la prestación de un servicio, como por ejemplo, transporte, educación, telefonía, siendo su aprovechamiento temporal.

Regulación legal del consumidor y usuario

El ordenamiento jurídico ha sido considerado por la doctrina como uno de los elementos fundamentales de todo Estado, siendo determinante dentro de esta forma de organización social, la regulación de conductas, tarea que en el país de conformidad con la normativa jurídico vigente ha quedado delegada en el Congreso de la República de Guatemala, como función ordinaria a través de la creación, modificación y derogación de leyes, por medio del proceso preestablecido, complementándose los

preceptos legales que emanen de dicho Organismo, con la reglamentación que por competencia ha sido encomendada al Presidente de la República y los Ministros de Estado, disposiciones que han de ser de observancia en todo el territorio guatemalteco, o bien, del sector al que vaya dirigido su contenido.

El escenario anterior, es característico del estado democrático de derecho en el que actualmente vivimos, sin embargo, la historia también ha sido marcada por gobiernos *de facto* como el del General Oscar Humberto Mejía Víctores, que también le dieron vida a determinados cuerpos legales, como es el caso de la Ley de Protección al Consumidor, Decreto Ley 1-85, la cual se constituyó en el primer esfuerzo por regular la defensa de los consumidores, tomando en consideración la política económica de dicho gobierno; la normativa en referencia tuvo como finalidad controlar el aumento desconsiderado en los costos de bienes y servicios básicos para los habitantes de la república, así como la determinación de algunos delitos económicos y las sanciones que debían aplicarse como consecuencia de su comisión. Entre los delitos que figuraron pueden mencionarse el acaparamiento y la especulación.

Por otro lado, también es importante resaltar los instrumentos internacionales que se han promovido para la protección de los consumidores, siendo en este caso, la Resolución número 39/248 aprobada por la Organización de las Naciones Unidas en asamblea general

en la 106a. sesión plenaria de fecha 9 de abril de 1985, la cual establece una serie de directrices, tomando en consideración las necesidades y los intereses de los consumidores, principalmente de los países en vías de desarrollo como el caso de Guatemala. Cabe resaltar que, dentro de su contenido se establece por principio general, la responsabilidad que tienen los gobiernos de cada Estado parte, de formular, fortalecer y mantener políticas fuertes para la protección de los consumidores.

Después de los antecedentes relacionados, el Estado de Guatemala establece las bases de la protección al consumidor en el artículo 119 literal i) Constitución Política de la República de Guatemala (1985), regulando: “La defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos”. El texto constitucional da la pauta sobre algunos aspectos que deben considerarse como garantía para los consumidores, en la calidad de los productos, en ese sentido, debe procurarse que los bienes que estén en el mercado; reúnan las características necesarias para cumplir con su utilidad, de lo contrario se estaría menoscabando la inversión económica que el sujeto realiza.

Otro aspecto relevante, es que la protección otorgada por la norma, no es sólo de observancia para lo que se produce y se ofrece para su consumo en el territorio guatemalteco, sino que se extiende a todos aquellos bienes

que sean exportados para su comercialización, ahora bien, en la dinámica comercial que tiene lugar en un mundo globalizado, la defensa de los intereses no debe reducirse sólo a la exportación, sino, a la importación, toda vez que hoy en día, en el país se vende una gran cantidad de productos provenientes del extranjero. En cuanto a la finalidad de la protección, la Asamblea Nacional Constituyente la considera necesaria para procurar que la salud de los consumidores no esté expuesta a riesgos por componentes utilizados en la producción de bienes, lo cual se traduce en la seguridad que también persigue, finalmente, se espera que el gasto económico que se realiza no se traduzca en una pérdida.

Finalmente, la regulación del consumidor y usuario en Guatemala tiene su asidero legal en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 06-2003, normativa que precisamente recopila una definición para ambas figuras como se documentó con anterioridad. Dentro de lo considerado por el Congreso de la República para su emisión, se ubican las directrices emanadas de la Organización de las Naciones Unidas en la Resolución número 39/248, siendo menester de la normativa promover derechos y obligaciones equitativas en relación con los comerciantes. Esta normativa ordinaria se complementa con el Acuerdo Gubernativo número 777-2003 de fecha 28 de noviembre de 2003, el cual es refrendado por el Ministro de Economía y que contiene el reglamento de la ley citada.

Derechos que le asisten al consumidor y usuario en Guatemala

Toda relación de consumo no debe llevarse a cabo de forma liberal, es decir, sin condiciones que garanticen que el bien o servicio que el consumidor o usuario adquiera sea realmente de utilidad y que los recursos económicos que se invierten, no se conviertan en una pérdida. La Ley de Protección al Consumidor y Usuario enumera de forma expresa una serie de derechos de los consumidores y usuarios, además establece una entidad por medio de la cual se puede demandar el cumplimiento de dichas prerrogativas por parte de los comerciantes, de no ser así, también se contemplan mecanismos sancionatorios con los cuales el Estado pretende evitar o disminuir prácticas abusivas.

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario (2003), regula los derechos siguientes:

- a) La protección a su vida, salud y seguridad en la adquisición, consumo y uso de bienes y servicios.
- b) La libertad de elección del bien o servicio.
- c) La libertad de contratación.
- d) La información veraz, suficiente, clara y oportuna sobre los bienes y servicios...
- e) La reparación, indemnización, devolución de dinero o cambio del bien por incumplimiento de lo convenido...
- f) La reposición del producto o, en su defecto, a optar por la bonificación de su valor en la compra de otro o por la devolución del precio que se haya pagado en exceso...
- g) La sostenibilidad de precios con el que se oferte, promoción o publicite o marque...
- h) La devolución al proveedor de aquellos bienes que este le haya enviado sin su requerimiento previo...
- i) Recibir educación sobre el consumo y uso adecuado de bienes o servicios que le permita conocer y ejercitar sus derechos y obligaciones.
- j) Utilizar el libro de quejas o el medio legalmente autorizado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, para dejar registro de su disconformidad... (artículo 4).

En lo anterior, se observa que existe una gama amplia de escenarios en los cuales el consumidor y usuario tiene protección; sin embargo, puede ser discutible el nivel de aplicación, toda vez que los medios de control no son suficientes para garantizar que las compras siempre sean seguras, máximo en el comercio que se lleva a cabo por medios electrónicos. Los derechos recopilados en la norma relacionada, básicamente se orientan a: i) la defensa de la integridad de la persona frente a cualquier consumo; ii) la libertad de adquirir los bienes y servicios con quien considere conveniente, en ningún momento puede ser obligado a utilizar determinado proveedor; iii) el acceso a todas las especificaciones de los bienes y servicios que el mercado ofrece, con el fin de que exista una idea clara de lo que se adquiere; y, iv) la reposición de bienes que hayan salido defectuosos o la devolución de dinero.

Análisis de la Ley del Protección al Consumidor y Usuario

Los distintos organismos del Estado, entidades descentralizadas y autónomas, así como los servidores públicos y particulares están sujetos al ordenamiento jurídico vigente en el país. Las leyes que rigen la sociedad guatemalteca fueron creadas con la finalidad de mantener la convivencia pacífica de las personas, así como regular el funcionamiento de las entidades que forman parte de la administración pública que tienen como objeto el bien común. En ese orden de ideas, las normas jurídicas imponen deberes y otorgan derechos, esto aplica para el Estado como para

los habitantes del territorio nacional. Es así como la Constitución Política de la República de Guatemala establece en el artículo 119 inciso i) como deber del Estado la defensa de los consumidores y usuarios.

Para el cumplimiento de la obligación contenida en la Constitución Política de la República de Guatemala, corresponde al Congreso de la República de Guatemala regular la defensa de los consumidores y usuarios a través de una ley que contenga disposiciones que armonicen y desarrollen el marco constitucional establecido, esto en atención a que corresponde al Congreso de la República de Guatemala la potestad legislativa, competencia establecida en el artículo 171 inciso a) de la norma fundamental del Estado. En la sentencia de Inconstitucionalidad General Total del expediente 3016-2013, la Corte de Constitucionalidad (2015) al respecto ha expresado que “... el Estado de derecho se caracteriza por sustituir el gobierno de los hombres (...) por el de las leyes (...). Es por medio de leyes (...), como se definen cuestiones fundamentales del Estado (p. 19).

En consecuencia, del deber contenido en la norma suprema del Estado surge la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, la cual se encuentra contenida el decreto número 006-2003 del Congreso de la República de Guatemala, aprobado por el pleno de diputados del Congreso de la República de Guatemala el día 18 de febrero del año 2003, decreto que fue sancionado por el Presidente de la República de Guatemala el día 10

de marzo del año 2003 y publicado en el Diario de Centro América el día 11 de marzo del mismo año. La Ley de Protección al Consumidor y Usuario se encuentra estructurada en 9 capítulos, con un total de ciento trece artículos y se encuentra vigente desde el día 26 de marzo del año 2003. Las disposiciones normativas de la Ley en mención se encuentran desarrolladas en el Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Acuerdo Gubernativo número 777-2003.

De la normativa en mención, únicamente se analizarán algunos aspectos que se consideran importantes para el presente estudio. El artículo 1 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario establece el objeto de la ley, entre lo que sobresale lo siguiente: a) impulsar los derechos de los consumidores, así como dar a conocer a todos los consumidores y usuarios los derechos que les asisten y el deber de las autoridades competentes de defender dichos derechos; b) Asimismo la ley tiene por finalidad instituir una serie de infracciones, las penas que conllevan la comisión de una infracción, así como el procedimiento que debe seguirse para determinar si procede o no la imposición de una sanción; y, c) el artículo en mención preceptúa que las disposiciones normativas de la Ley son defensoras de los consumidores y usuarios, haciendo hincapié en que su naturaleza es de interés social y de orden público.

Aspecto importante constituye el libro de quejas regulado en el artículo 17 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, el cual tiene por finalidad que los usuarios puedan hacer valer su derecho de reclamo a un proveedor determinado, sea éste persona individual o jurídica. Este libro de quejas debe estar debidamente autorizado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor. Esta norma no ha sido acatada por muchos proveedores, puesto que la falta del libro de quejas es evidente y frecuente en la realidad social de Guatemala. Otro aspecto de importancia lo es la prohibición de publicidad engañosa, regulada en el artículo 20 de la ley en mención, ya que esta disposición constituye una norma eminentemente protectora del usuario y consumidor y está destinada a evitar malas prácticas por parte de los proveedores en detrimento del patrimonio de los usuarios, con la cual se pretende contrarrestar simulación de ofertas.

Dentro del contenido normativo de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario resalta el artículo 53 que dispone la creación de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, conocida por las siglas DIACO, institución pública encargada de la aplicación de la ley. Conviene resaltar que de conformidad con el artículo 107 de la ley en mención, dicha dirección debe transformarse en Procuraduría de la Defensa del Consumidor y Usuario, para tal efecto la ley fijó un plazo de cinco años a partir de la entrada en vigor de la ley, lo cual no ha ocurrido. El Tribunal Constitucional de España citado en la sentencia de Inconstitucionalidad General Parcial, expediente 1397-2011 la Corte de Constitucionalidad

(2011) ha expresado que “(...) La potestad legislativa no puede permanecer inerte ni inactiva ante la realidad social y las transformaciones que la misma impone, so pena de consagrar la congelación del ordenamiento jurídico (...)” (p. 7).

Lo anterior es una tarea pendiente por parte del Congreso de la República de Guatemala, ya que a la fecha no se ha emitido la normativa correspondiente para transformar a la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor en Procuraduría de la Defensa del Consumidor y Usuario, se han presentado iniciativas de ley para tal fin, como las siguientes: 3578 en el año 2006 por un grupo de diputados; 3871 y 3888 ambas iniciativas presentadas en el año 2008 por la Universidad de San Carlos de Guatemala y un grupo de diputados, respectivamente, y la iniciativa 4305 en el año 2010 presentada por la Comisión de defensa del Consumidor y Usuario del Congreso de la República de Guatemala, pero ninguna de las iniciativas mencionadas ha logrado completar el proceso de formación de ley.

Comerciantes y los actos de comercio electrónico

Es importante conocer lo relacionado al comerciante, puesto que es otro de los elementos personales del comercio tradicional y la nueva modalidad que tiene lugar a través de las redes telemáticas, actividad económica que es fundamental en todos los Estados. A través de este apartado se podrán establecer algunas generalidades acerca de su

reconocimiento como tal a través de la historia, por otro lado, también se recopilarán algunas definiciones que permitirán obtener una idea clara de quién puede ser considerado comerciantes, para el efecto se emplearan aportes doctrinarios y los preceptos legales vigentes, particularmente del Código de Comercio de Guatemala, normativa en la cual se detallan de forma expresa. Finalmente, se documentará la clasificación doctrinaria y legal de los comerciantes.

Aspectos generales

Dentro de los antecedentes históricos de la vida del hombre, se ha compartido la idea de que el comercio nació a partir de un intercambio de los bienes que las personas comenzaron a tener como excedente luego de satisfacer sus propias necesidades, en ese primer momento, no existe un ánimo de lucro, simplemente se entregaba una cosa por otra, actividad que a partir de ese entonces se ha transformado con base en las circunstancias de cada período de tiempo y lugar, desde la creación del dinero como medio de pago, al aumento de las capacidades de producción con la intención de vender, la exportación e importación de bienes, hasta los nuevos modelos de negocios de la actualidad, como la utilización de las redes sociales. Es probable que no se pueda definir en qué punto exacto de la historia se denominó comercio a esta actividad, tampoco el momento en que se reconoce como comerciante a quien vende, sin embargo, se recopilan algunos acontecimientos.

Arias (2016) señala:

Después de un largo estancamiento de siglos, en el Medioevo el comercio en Europa empezó a tener un crecimiento notable. Durante el Feudalismo el poder político estaba notablemente descentralizado. El poder local se ejercía con una gran independencia respecto los monarcas. Los feudos constituían poderosas unidades económicas con numerosos siervos o vasallos sometidos a un señor feudal. El centro económico era el castillo del señor feudal, alrededor del cual se organizaban los siervos. Fuera de los feudos comenzaron a surgir hombres libres que crearon villas, y por eso les denominó villanos. Los villanos se organizaron en gremios, como por ejemplo el gremio de los constructores, el de los zapateros y el de los comerciantes o empresarios mercantiles.

Los comerciantes o empresarios mercantiles organizados crearon sus propias reglas o normas jurídicas para regular las actividades comerciales o mercantiles. Este impulso de poner orden al comercio hizo que se llamaran “ordenanzas” de comerciantes o empresarios mercantiles. Quizás es la única disciplina jurídica que tuvo su origen en acuerdos privados alcanzados por los propios interesados con el fin de librar a su actividad del desorden que provocaba conflictos incesantes sin resolver.

Estas ordenanzas fueron creciendo y tomando importancia, hasta que la autoridad misma las reconoció... en Francia el ministro Colbert concibió y promovió las dos ordenanzas que ahora se conocen como las Ordenanzas de Colbert; una sobre Comercio en 1673 y otra en materia Marítima, en 1681. Cada una organizó en un documento principios y reglas que estaban desordenados y dispersos. Después Napoleón promovió y promulgó el Código de Comercio, que sistematizó los principios y reglas en materia mercantil (p. 18)

Entre los antecedentes expuestos por el autor, si bien es cierto, no se puede determinar, en qué momento surge el término comerciante, si nos relata algunos eventos que han contribuido con la evolución de las actividades comerciales. En primera instancia, sobresale el hecho de que, en el sistema político del feudalismo a pesar de la sujeción a la que se sometía la gran mayoría de los hombres, comienza a surgir en algunos la idea de ser libres, probablemente buscando explorar nuevas formas de vida, como la de organizarse por gremios, según las habilidades que poseían para

desarrollar actividades para potenciarlas, como el caso de los comerciantes, personas que, sin lugar a duda, como en la actualidad, se han de haber caracterizado por el talento para generar negocios que les permitieran obtener beneficios.

Por otro lado, resulta interesante cómo entre los mismos grupos organizados de comerciantes se implementan cánones para regir las relaciones comerciales entre los hombres, de tal manera que no se cometieran arbitrariedades que pudieran afectar a alguna de las partes, sin esperar la intervención de alguno de los personajes que ejerciera el poder durante el período feudal, siendo en ese sentido, un referente importante de lo que hoy se reconoce como Derecho Privado, pero, muy particularmente, del surgimiento del Derecho Mercantil, área en la que en la actualidad se estudia jurídicamente todo lo relativo a la actividad comercial. No resulta extraño el interés de los comerciantes por implementar reglas para el desarrollo de sus actividades, puesto que se expone parte del patrimonio, ya sea para satisfacer una necesidad o para generar utilidades económicas.

Finalmente, dentro de lo expuesto por Arias, el reconocimiento por autoridades de las ordenanzas, a través de instrumentos legales de carácter oficial, en los cuales se recopilaron y ordenaron los principios y reglas creadas y adoptadas voluntariamente por particulares, puede ser considerado otro paso importante para la concepción jurídica del

comerciante como sujeto de derecho; cabe resaltar que, en la actualidad ese concepto puede ser muy amplio en su significado, puesto que las condiciones sociales, políticas, culturales y económicas han variado a través del tiempo, por ejemplo, el comercio en un principio se desarrolló por personas individuales, en la actualidad es ejercida por personas organizadas y es en ese contexto en el que surge el término empresarios.

Se han desarrollado diferentes nociones sobre el comerciante, en esta ocasión se documentará aportes de la doctrina y la legislación guatemalteca. Según Ayala (2022): “Los comerciantes son aquellas personas que, por alguna razón, intervienen en un acto de comercio (independientemente de que desempeñen esa actividad o no) y que, por lo tanto, se les aplica el Derecho Mercantil” (p.p. 40-41). La definición anterior resulta un tanto vaga, no define de forma específica al comerciante, simplemente se reduce a describir que puede ser cualquier persona, toda vez que realice algún acto de comercio, lo que si llama la atención es que, así sea de manera ocasional que se realice la actividad, debe sujetarse a las normas jurídicas que se han desarrollado como parte del Derecho Mercantil.

Según Castro (2016) comerciantes son:

...personas que profesionalmente se ocupan de las actividades que la ley considera mercantiles, calificativo que se predica entonces de quienes realizan tales actos de una manera habitual y no meramente esporádica o accidental. La categoría jurídica “comerciantes” es un subconjunto de los sujetos de derecho, que por su profesión se somete a ciertas reglas especiales de la

legislación mercantil, denominado “estatuto subjetivo”, que complementa el “estatuto objetivo”, integrado por los actos, operaciones o negocios comerciales en sí mismo considerados (p. 202).

Con base a lo anterior, se infiere una concepción distinta del comerciante, ya que, para el autor el comerciante es una persona que se dedica de forma profesional y de forma permanente a las actividades de comercio, en ese sentido, no podría ser considerado comerciante, aquel que de forma eventual realice una transacción comercial, ahora bien, ambas definiciones coinciden en que éstos, deben sujetarse a una serie de preceptos especiales. Aunque, las ideas recopiladas son interesantes, ninguna establece con claridad la actividad que desarrolla el comerciante, al respecto, Arias (2016), señala que: “...es la persona propietaria de un comercio, la persona que comercia. Comerciar es dedicarse a la compraventa o el intercambio de bienes o servicios...” (p.18).

Al hacer una integración para desarrollar una definición, podría decirse que el comerciante es la persona con capacidad legal que de forma pública y cotidiana con el ánimo de obtener una utilidad económica se dedica a la transferencia de bienes o servicios de cualquier naturaleza en el mercado, siempre que sean de lícito comercio, para satisfacer las necesidades de otras personas, sean éstas básicas o secundarias, actividad que se encuentra sujeta a una serie de principios y normas jurídicas del llamado Derecho Mercantil con el fin de resguardar los intereses patrimoniales de cada una de las partes. Es menester indicar que, entre los elementos de

cualquier definición de comerciante, debe considerarse la habitualidad de la actividad y la finalidad lucrativa de la misma.

En ese orden de ideas, para el comerciante dedicarse a la transferencia de bienes o servicios es un estilo de vida, una rutina que permanece en el tiempo, adaptándose a las condiciones sociales y económicas que tengan lugar, constituyéndose la actividad comercial que desarrolla, la fuente principal de generación de sus ingresos pecuniarios, siendo entonces, el interés lucrativo una característica esencial para este sujeto de derecho, circunstancia que no se espera conseguir de forma accidental, sino, de manera reiterada para que las ganancias que pueda generar le permitan alcanzar un desarrollo económico. Después de haber considerado aspectos doctrinarios, también resulta oportuno hacer referencia de lo que la regulación legal establece.

En cuanto a los comerciantes, el Código de Comercio de Guatemala (1970), regula:

Son comerciantes quienes ejercen en nombre propio y con fines de lucro, cualesquiera actividades que se refieren a lo siguiente:

- 1°. La industria dirigida a la producción o transformación de bienes y a la prestación de servicios.
- 2°. La intermediación en la circulación de bienes y a la prestación de servicios.
- 3°. La Banca, seguros y fianzas.
- 4°. Las auxiliares de las anteriores (artículo 2).

El Código de Comercio de Guatemala entro en vigor en al año 1971, siendo la fuente principal de normas jurídicas aplicables en el Derecho Mercantil guatemalteco, nos permite obtener una concepción de los comerciantes, considerándose para el efecto, un elemento personal, un fin y una serie de actividades. En primer lugar, establece de forma general, sin hacer mayor especificación las personas que pueden ser consideradas comerciantes, únicamente, haciendo referencia de que la actividad se ejercite en nombre propio, como ya se expresó con anterioridad, actualmente se practica no solo personas físicas o naturales, sino también bajo un régimen colectivo organizado de conformidad con la ley; en segundo lugar, se reconoce legalmente el fin lucrativo que debe revestir la actividad del comerciante; en tercer lugar, se aprecia una gama amplia de actividades que comprenden el campo de acción de los comerciantes.

En cuanto a la industria, la actividad comercial se centra en la utilización de diferentes técnicas y procesos para crear bienes a partir de materia prima para ponerlos a disposición de los consumidores, ya sea de forma directa o a través de intermediarios, proceso que se desarrolla en instalaciones especiales creadas para el efecto, en las que sin duda se emplea recursos naturales, maquinaria, energía, personal humano. Sobre la intermediación de bienes y servicios como acto de comercio, puede señalarse que representa la intervención de terceros para ofrecer en el mercado los productos obtenidos de la industria, por supuesto, para obtener ingresos económicos, finalmente, la ley contempla como

comerciantes, la prestación de servicios especializados como la banca, seguros y fianzas, actividades que también permiten obtener rentas, no obstante, bajo condiciones especiales, en Guatemala existen otras leyes que las regulan.

Es incuestionable que el modelo económico del consumismo que se vive en la modernidad ha sido producto de la actividad profesional desarrollada por los comerciantes, denominación que tradicionalmente se ha empleado para identificar a quienes producen, intermedian o prestan los diferentes servicios que circulan en el mercado. Según la doctrina, éstos, también pueden ser reconocidos bajo el término empresario comercial, señalándose como diferencia entre éstos que, el primero ejerce de forma personal su actividad, mientras que el segundo, lo realiza de forma indirecta, siendo el propietario de una empresa constituida bajo un régimen jurídico que le permite desarrollar su actividad, eso sí, en ambos casos, se adquieren derechos y obligaciones. Para una mejor apreciación, se considera necesario determinar, quiénes no pueden ser calificados como comerciantes, circunstancia que también contempla taxativamente la legislación vigente en Guatemala.

De conformidad con el Código de Comercio de Guatemala (1970):

No son comerciantes:

- 1°. Los que ejercen una profesión liberal
- 2°. Los que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias o similares en cuanto se refiere al cultivo y transformación de los productos de su propia empresa.

3°. Los artesanos que sólo trabajen por encargo o que no tengan almacén o tienda para el expendio de sus productos (artículo 9).

Se puede advertir de manera expresa que, de conformidad con el ordenamiento jurídico, la persona que se dedique a una actividad a partir de los conocimientos técnicos y científicos obtenidos a través de una formación académica, como en el caso de los médicos, abogados, odontólogos, arquitectos, entre otros; profesionales que obtienen un título para acreditar esa calidad, los cuales no se consideran comerciantes, sin importar que éstos tengan alguna oficina para la prestación de sus servicios al público. La ley tampoco considera comerciantes a los que se dediquen a producir la tierra a través del cultivo de plantas como hortalizas, granos, legumbres, hiervas, frutas o cualesquiera, que ha de ser procesada para la producción de una empresa determinada, en el mismo sentido, para los que se dediquen a actividades ganaderas, porcinas, avícolas o el manejo y explotación de cualquier especie animal para la obtención de productos.

Finalmente, también se excluye de la calidad de comerciantes a los artesanos, considerándose como tales, aquellas personas que se dedican a la manufactura de objetos de forma manual, con el auxilio de pocas herramientas, ya sea con algún significado cultural o simplemente de utilidad para las demás personas, empleando materiales como el barro, el hierro, la madera, hilo, entre otros, artesanías que generalmente tienen un significado para la persona que la elabora, como para quien la adquiere.

La producción de los artesanos es baja en comparación con los procesos industrializados y el trabajo se caracteriza por realizarse bajo pedido, lógicamente por factores como el tiempo y el costo de las cosas, aunado a la ausencia de un lugar abierto permanentemente al público para el expendio de los objetos.

Clasificación doctrinaria y legal

En la doctrina y la legislación, básicamente se reconocen dos tipos de comerciantes, el individual y el social, sin duda, cada uno con sus ventajas y desventajas, en ambos casos se desarrolla la actividad económica de un modo profesional, así como dentro de un marco de sujeción a las normas jurídicas mercantiles, lo que varía es la forma en que se organizan para ejercer los negocios, las circunstancias en las que hacen valer sus derechos y obligaciones, así como los requisitos para adquirir la calidad, aspectos que en Guatemala tienen fundamento legal en el Código de Comercio de Guatemala y que han sido desarrollados por algunos autores dentro de la doctrina mercantil, tanto a nivel nacional como en el extranjero.

El comerciante individual es la persona natural que, teniendo la capacidad de ejercicio de conformidad con la ley, se dedica a realizar actos de lícito comercio sobre bienes o servicios de cualquier naturaleza con la finalidad de obtener rentas. Dentro de la doctrina, algunos consideran que represente el concepto tradicional de comerciante, tomando en cuenta que,

en los inicios, esta actividad solamente se desarrollaba de forma individual, sin atender mayores formalismos. En esta clase de comerciante, la capacidad es un requisito que el Código de Comercio regula en el artículo 6, el cual sólo refiere a lo que el Código Civil, Decreto Ley 106, contempla sobre la condición legal para contratar y obligarse. En ese contexto, es necesario indicar que, según los preceptos legales, la capacidad de ejercicio se adquiere con la mayoría de edad, es decir, al cumplir los dieciocho años.

Otro requisito para el reconocimiento de una persona como comerciante individual, es la inscripción, formalidad que en Guatemala se cumple a través del Registro Mercantil. Dicha obligación profesional, se regula en el artículo 334 del Código de Comercio de Guatemala y según el artículo 335, se realiza con un formulario, el cual puede presentarse en forma física o electrónica a través de los medios telemáticos con los cuales se cuentan en la actualidad, gracias a los avances de las tecnologías de la información y la comunicación. Entre la información que se consignan en dicho formulario, se encuentran: a) datos de identificación del comerciante; b) la actividad económica que realiza; c) si el comerciante es casado, deberá especificar el régimen económico del matrimonio; d) los datos de identificación de su empresa y su ubicación; e) la fecha en que inició actividades; y, f) la fecha en que se presenta la solicitud.

El artículo 334 del Código de Comercio de Guatemala, establece que la inscripción de los comerciantes individuales debe realizarse dentro de un mes de haber iniciado sus actividades. Es importante indicar que, no solo los guatemaltecos pueden adquirir la calidad de comerciantes individuales, sino que, la legislación ha dejado abierta la posibilidad para los extranjeros que se encuentren en el territorio de la república, con los mismos derechos y obligaciones, toda vez que se autorice su inscripción, extremo que se regula en el artículo 8 del cuerpo legal antes citado. Por otro lado, también es pertinente aclarar que, registrarse como comerciante individual, no significa que no se pueda obtener apoyo de otras personas para el ejercicio de la actividad comercial, es más, se puede actuar bajo la organización de una empresa, el aspecto que prevalece es que el titular, es el dueño del capital y es en su nombre que se realizan los negocios.

Sobre los comerciantes sociales, el Código de Comercio (1970) refiere: “Las sociedades organizadas bajo forma mercantil tienen la calidad de comerciantes, cualquiera que sea su objeto” (artículo 3). Es común que las figuras jurídicas evolucionen a través del tiempo, tal es el caso del comerciante, que en este caso trasciende de la individualidad que caracterizó su intervención en el comercio durante los inicios de esta actividad del ser humano, hacia la colectividad. Factores como ampliar la capacidad de producción, disponer de un capital económico que permita realizar las inversiones que sean necesarias, la adquisición de maquinaria, recursos materiales y la contratación de recurso humano, sobre todo,

lucrar a una escala más alta, en comparación con lo que se puede obtener de manera particular, viabilizó el reconocimiento de las sociedades como forma de organización para realizar actividades de comercio, siempre bajo un régimen jurídico.

A decir de Martínez (2015) “Una sociedad es un conjunto de personas que aportan una cantidad de bienes, trabajo o dinero, inclusive todos, dentro de un negocio mercantil, con el propósito de obtener un lucro” (p. 28). Puede manifestarse que, los comerciantes sociales, únicamente pueden materializarse a través de una sociedad constituida con arreglo a la ley, colectividad que se reúne de forma voluntaria para hacer aportaciones con la finalidad de desarrollar actividades comerciales para obtener réditos. De acuerdo con Paredes et al (2014) “El criterio para determinar el carácter de sociedad mercantil es eminentemente formal...” (p. 80). En este sentido, es relevante anotar que, existen una serie de requisitos legales que deben satisfacerse para que una sociedad nazca a la vida jurídica, desde la escritura de constitución, la inscripción en el Registro Mercantil, hasta la operación de esta.

En cuanto a las Sociedades Mercantiles, el artículo 10 del Código de Comercio (1970), regula: Son sociedades organizadas bajo forma mercantil, exclusivamente las siguientes: 1°. La sociedad colectiva; 2°. La sociedad en comandita simple; 3°. La sociedad de responsabilidad limitada; 4°. La sociedad anónima; y, 5°. La sociedad en comandita por

acciones. Al constituirse e inscribirse una sociedad mercantil, en cualquiera de las formas antes señaladas, se les otorga personalidad jurídica propia y es en ese marco en el que actúan para poder desarrollar las actividades que se establezcan como su giro comercial, circunstancia que de alguna manera limita su campo de acción, puesto que debe establecerse de forma expresa a qué actividad se dedicará durante su vida jurídica.

En relación con la inscripción de las sociedades en el Registro Mercantil, el artículo 337 del Código de Comercio, se establece que debe hacerse de conformidad con el contenido de la escritura de constitución, que debe contener entre otros aspectos: a) la forma de organización; b) denominación razón social o nombre comercial; c) domicilio y sucursales; d) objeto; e) plazo; f) capital; notario autorizante, lugar y fecha; g) órganos de administración y facultades; h) órganos de vigilancia. Podría decirse que estos requisitos, son tan sólo un parámetro de los aspectos que deben considerarse para la formación de una sociedad mercantil puede considerarse otros extremos que consideren convenientes los socios, por supuesto, con la orientación de un profesional del derecho para que se le pueda dar la forma legal que se requiere.

Protección del consumidor y usuario y comerciante en el comercio electrónico en el Derecho Comparado

Aspectos generales del comercio electrónico

El desarrollo tecnológico que se alcanzó durante el siglo XXI gracias al surgimiento del internet, especialmente en el tema de las comunicaciones; generó una serie de cambios en la forma en que el hombre realizaba diferentes actividades, tanto a nivel individual como social. Actualmente se ha conceptualizado como tecnologías de la información y comunicación TIC's, a las herramientas tecnológicas que precisamente facilitan el intercambio de información, ven el beneficio que deviene de circunstancias como el hecho de que la comunicación ya no está sujeta a limitaciones de tiempo y espacio por la interconexión que se establece entre dispositivos electrónicos como ordenadores, teléfonos móviles, tabletas, computadoras portátiles, relojes inteligentes, en entre otros, por medio de las redes telemáticas.

Según Kaba (2008):

Las TIC's se definen como sistemas tecnológicos mediante los cuales se recibe, manipula y procesa información, y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores. Por lo tanto, las TIC's son algo más que simples equipos, puesto que no funcionan aislados, sino en conexión con otros mediante una red y para ello necesitan de programas. También son algo más que tecnologías de emisión y difusión (como televisión y radio), pues no sólo distribuyen la información, sino que además permiten una comunicación interactiva (p. 1).

Es incuestionable que el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación haya requerido de un complejo sistema de equipos físicos (*hardware*) y una serie de programas digitales (*software*) para lograr la interconexión entre dispositivos y facilitar el intercambio de mensajes entre las personas, no sólo a nivel local, sino, global. Por otro lado, resulta acertada la idea de que las TIC's, revolucionan la forma tradicional de recibir y compartir información a través de los medios como la radio y la televisión, puesto que estos han sido monótonos, ya que simplemente se recibe la información. En la actualidad, las TIC's permiten que exista una mejor interacción entre los seres humanos, al haber incorporado de la posibilidad de compartir información en doble vía, a través de una amplia gama de elementos multimedia, combinando imágenes, voz, video y texto.

Lo que se publica en el internet o a través de cualquiera de las TIC's, sin importar el lugar físico desde el cual se realice o el dispositivo electrónico que se utilice, estará disponible a nivel mundial, a toda hora, para cualquier persona que tenga acceso a la red. Por ello, su empleo es cada vez mayor en actividades económicas, sociales, culturales, políticas y de entretenimiento. Siendo el comercio fundamental para la supervivencia del hombre, por la intermediación de bienes y servicios que permiten satisfacer cada una de sus necesidades básicas y las redes telemáticas un medio idóneo para cambiar la forma tradicional de vender o comprar un producto, ha sido imperante que los comerciantes y consumidores

llevaran su relación al plano digital, reconociéndose esta en la actualidad como comercio electrónico o *e-commerce*, sin duda alguna, con sus ventajas y desventajas.

Con relación a la utilización de las TIC's, Barral (2003), refiere que:

Esta revolución técnica exige, quizás, una revolución jurídica que se está iniciando y que actualmente supone, por un lado, la adaptación del derecho pensado para aplicarse en un entorno presencial; y, por otro, la regulación de nuevos aspectos que el entorno digital plantea (p. 13).

En definitiva, la transformación de la actividad comercial con la cual se ha pasado de la intermediación física entre el comerciante y el consumidor o usuario a la interacción digital requiere de cambios en los preceptos jurídicos que forman parte del Derecho Mercantil, disciplina jurídica que tiene por objeto de estudio el comercio. Entre otros aspectos, es de vital importancia procurar que en el mundo digital se pueda resguardar la seguridad jurídica en los actos de comercio que se materialicen, garantizar una protección especial para los consumidores, por los riesgos que pueden asumir con la calidad de los productos y en el pago de los bienes o servicios, regular las condiciones en que se formalizan las transacciones comerciales, y, la salvaguarda de la información personal que puedan recopilar las plataformas digitales sobre los consumidores.

A criterio de Kaba (2008):

El origen del comercio electrónico se dio en los años 70's con la introducción de las transferencias electrónicas de fondos (Electronic Funds Transfer - EFT) entre los bancos para el mejor aprovechamiento de los recursos computacionales existentes en la época. Mediante redes privadas y seguras se optimizaron los pagos electrónicos. Se incluyeron servicios como puntos de venta (Points Of Sales - POS) en tiendas y almacenes para pagos con tarjetas de débito y pagos de la nómina a los empleados de las empresas utilizando cheques en sustitución del efectivo.

La utilización de instrumentos electrónicos de comunicación como el teléfono, el fax o el télex para facilitar negociaciones comerciales, ha sido la precursora del actual comercio electrónico que se realiza en Internet. Otras formas de comunicación como el correo electrónico, las páginas Web con catálogos de productos y tiendas virtuales, la telefonía a través de la red, el mercado en línea, y más recientemente, la firma digital de contratos con valor legal, han revolucionado las formas de vender y de comprar.

El auge de las TIC's en la segunda mitad de la década de los 90 dio lugar al nacimiento de lo que algunos llaman la "Era electrónica", y con esta la aparición de una nueva modalidad de comercio que, entre sus muchas ventajas, permite a una parte del mundo, pero con enorme poderío económico hacer transacciones comerciales sin intermediario las 24 horas del día, durante todos los días de la semana (p. 10).

Entre los antecedentes históricos, el autor permite establecer un punto de partida en la línea del tiempo, sobre la utilización de medios electrónicos para desarrollar ciertas actividades, constituyéndose la banca como el primer referente, queda claro que el objetivo de utilizar nuevas tecnologías fue mejorar los servicios, las cuales se adoptaron en las actividades de comercio con el paso del tiempo, hasta revolucionar por completo el escenario en el cual se desarrollan. En la modernidad, el mercado no está sujeto a un horario ni a un local físico para poder promocionar los productos que están a disposición de los compradores, toda vez que, tanto personas individuales como jurídicas utilizan distintas

plataformas digitales para vender, desde cualquier lugar del mundo, en los cuales se ofrece enviar el producto hasta la puerta de los hogares, gracias a la logística que realizan las empresas que se dedican a transportar mercadería.

En cuanto a la definición doctrinaria de comercio electrónico, según Alonso (2004), puede considerarse: “...como cualquier forma de transacción comercial en la que un suministrador provee de bienes o servicios a un cliente a cambio de un pago, donde ambas partes interactúan electrónicamente en lugar de hacerlo por intercambio o contacto físico directo” (p. 15). Conforme a la anterior, se puede establecer que, en el comercio electrónico, si bien es cierto, no existe un contacto directo, se mantienen los elementos personales de la relación jurídica, propia del comercio, los cuales gracias a diferentes herramientas electrónicas pueden formalizar una compra, realizar el pago y oportunamente recibir el producto que se adquirió.

En Guatemala puede ubicarse una definición legal de comercio electrónico, la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas (2008), lo regula de la siguiente forma:

Comercio Electrónico: 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 de compra; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; 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).

Con base en lo anterior, se puede establecer que, en el país se considera comercio electrónico toda actividad que tenga lugar entre comerciantes y consumidores o usuarios, sean estos personas individuales o jurídicas, nacionales o extranjeros, bajo las cláusulas de un contrato o no, que se inicie por medio de alguna comunicación electrónica, quedando abierto el escenario a cualquier plataforma digital que pueda estar disponible por medio del internet o las tecnologías de la comunicación y la comunicación. Por otro lado, en la norma citada, los legisladores refieren de manera expresa, sin ser un número limitativo, una serie de actividades que pueden ser consideradas de naturaleza comercial. Aunque el Decreto número 47-2008 contiene preceptos sobre el comercio electrónico, no se han considerado todas las circunstancias que devienen del uso de la tecnología para desarrollar el comercio.

El mercado del comercio electrónico es amplio, se pueden encontrar todo tipo de bienes y servicios; electrodomésticos, instrumentos musicales, ropa, calzado, productos alimenticios, electrónica, materiales de oficina, jardinería, limpieza, muebles, vehículos, un sin fin de productos; las únicas regulaciones que deberían mantenerse en ese entorno digital, de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente, son la licitud y la moralidad de las cosas; no obstante, es probable que en las redes

telemáticas se puedan llevar a cabo algunas transacciones comerciales que puedan ser calificadas como ilícitas o inmorales, debido a la apertura del internet o la falta de ciertos controles por parte de los prestadores de servicios de las redes. En la doctrina se ha clasificado el comercio electrónico en diferentes categorías.

En este contexto, según Kaba (2008), se pueden clasificar así:

- a) Categoría según el bien que interviene la transacción.
- b) Categoría según el canal de suministro o la forma de entrega al cliente de los bienes o servicios adquiridos: *CE directo e indirecto*.
- c) categoría según los agentes que participan en las transacciones comerciales a través de internet (p. 12).

De lo anterior puede inferirse que, las categorías se basan atendiendo el tipo de producto que se vende; la manera en que el producto llega al consumidor o usuario; y, el tipo de sujetos que intervienen en la actividad comercial. En la primera categoría, se incluyen dos grupos; los bienes tangibles, es decir, todos aquellos que pueden ser perceptibles físicamente por los sentidos y que deben remitirse al cliente por algún medio de envío por cargo y los intangibles, siendo estos inmateriales, entre los cuales se pueden mencionar los productos digitalizados, posibilitándose su transmisión por las mismas redes telemáticas, tales como música, video, aplicaciones para dispositivos electrónicos, libros digitales, revistas electrónicas, imágenes, entre otros.

En la segunda categoría, también se reconocen dos grupos; el indirecto: En este, todos los productos tangibles que se solicitan a través del internet o cualquiera de las TIC's, se trasladan a su destinatario por servicios de paquetería, en esta modalidad inclusive puede aplicarse el pago contra entrega; y, el directo: esta modalidad se relaciona con la adquisición de bienes intangibles, para que sean recibidos por los consumidores, regularmente se envía un enlace (hipervínculo electrónico) que hace posible la descarga del producto desde dispositivos como una computadora portátil o de escritorio, una tableta o un teléfono móvil, así como el pago del mismo, empleando por lo regular una tarjeta de débito o crédito como medio para realizar la transacción económica a favor del vendedor.

En la tercera categoría, según los sujetos que participan, el comercio electrónico puede ser: Entre empresas; empresas y consumidores; consumidores. Según Alonso (2004), pueden denominarse en el orden: “B2B, *Bussines to Bussines*; B2C, *Bussiines to Consumer*; y, C2C O P2P *Consumer to Consumer o Person to Person*” (p. 15). En el primer grupo, básicamente interactúan empresas, relación jurídica con la cual generalmente se busca adquirir materia prima para la producción; en el segundo se consolida la mayor cantidad de intercambios comerciales, toda vez que se da una relación directa entre las empresas y los consumidores a través del internet o las plataformas de las tecnologías de la información y comunicación, ya sea para obtener productos para satisfacer necesidades

básicas o secundarias. Por último, pero, no menos importante, existen medios en los cuales los consumidores pueden intercambiar productos.

El comercio electrónico ofrece una serie de bondades tanto para los comerciantes como para los consumidores y usuarios, circunstancias que hacen que cada vez sean más las personas que opten por utilizarlo. Entre los beneficios de este tipo de comercio se pueden mencionar: la comodidad, una amplia gama de productos, variedad de ofertas, disminución en los costos, mejores rentas, mercado global, bajo costo en las transacciones, acceso a un catálogo vasto de proveedores, supresión de intermediarios, publicidad en los precios. Por otro lado, también se sufren algunos inconvenientes, entre los cuales sobresalen, la desprotección jurídica debido a la falta de regulación clara, la complejidad para poder recaudar tributos, la falta de seguridad en las transacciones, los procesos logísticos para poder llevar el producto a los consumidores y el *marketing* (Alonso, 2004 p.p. 21-22).

Para una mejor comprensión, a continuación, se hará una descripción de las ventajas de la utilización del comercio electrónico. Sobre la comodidad, cabe resaltar que, debido a la gran cantidad de dispositivos electrónicos que se encuentran interconectados a través de los diferentes servicios de internet, los consumidores pueden adquirir un producto sin la necesidad de salir del hogar o inclusive en algún período de descanso durante la jornada laboral, cualquiera que sea su naturaleza, puesto que la

mayoría de bienes y servicios están disponibles en el comercio electrónica, aunando a lo anterior, está la facilidad con la que se pueden realizar las transacciones dinerarias por la digitalización de la banca.

En cuanto a la extensa variedad de productos, debe subrayarse la posibilidad que existe en el internet y las TIC's para poder interactuar con un número elevado de proveedores, no solo locales, sino de otras regiones para poder hacer comparaciones entre la calidad y los precios de un mismo bien o servicio, aspecto que también favorece la economía de los consumidores. Sobre la diversidad de ofertas, en el mercado digital se puede acceder de forma rápida a la publicidad de diferentes empresas o personas individuales para conocer los productos que tienen para satisfacer la demanda de los clientes. La reducción de costos es una ventaja que tiene lugar, gracias a que la actividad comercial no requiere de intermediarios, así como de un espacio físico ubicado en un lugar exclusivo.

Derivado de lo anterior, las ganancias pueden ser mayores para los comerciantes, considerando que no se necesita de mucho recurso humano para desarrollar la actividad, además de invertir poco en el alquiler de locales para poder llegar al público. La audiencia global, se debe a que el internet es utilizado en la actualidad en casi todas las partes del mundo, por lo que con la ayuda de un buscador se puede contactar a comerciantes de cualquier región, sin la necesidad de tener que trasladarnos hasta su

ubicación física, lo cual también se traduce en un ahorro de tiempo. En relación con la disminución en los costos de transacciones, es oportuno manifestar que, la facilidad para poder hacer los encargos, pagos y facturación favorece la economía de las empresas, cabe señalar que en Guatemala la factura electrónica ha sido incorporada en el ordenamiento jurídico para fortalecer precisamente el tráfico comercial.

Sobre la supresión de intermediarios, en el comercio electrónico el consumidor generalmente no requiere de la ayuda de un tercero para poder ubicar el bien o servicio que es de interés, puesto que los dispositivos digitales son de fácil manejo. Finalmente, por la transparencia de precios, puede expresarse que, en el comercio electrónico es común que los consumidores realicen comparaciones para poder tomar la decisión de con quién comprar finalmente, por motivaciones como la calidad o el precio, por lo que es común que los comercializadores hagan públicas sus ofertas, lo cual fortalecen con una atractiva publicidad, de tal manera la empresa o persona individual se posicione en el mercado como uno de los proveedores con mayor demanda. Las desventajas se abordarán en otro apartado.

Compraventa mercantil a través de la internet

La compraventa es uno de los contratos más típicos dentro del derecho mercantil, en Guatemala este contrato tiene su regulación en el capítulo I del título II del Código de Comercio de Guatemala. Por este contrato, el vendedor con el pleno ánimo de lucro transfiere una cosa al comprador, quien realiza un pago en dinero, sea este en efectivo o por cualquier otro medio que garantice la transacción económica. En la doctrina se han considerado como elementos esenciales de este, el consentimiento, la cosa y el precio, bajo la observancia de los principios de verdad sabida y buena fe guardada, establecidos en el artículo 669 del Código de Comercio de Guatemala. A través de la compraventa mercantil, el ser humano puede hacerse de una amplia diversidad de bienes y servicios que se han producido para procurar una mejor calidad de vida, constituyéndose, además, en una de las actividades más importantes para la economía de los Estados.

Tradicionalmente, la compraventa mercantil se había desarrollado a través de la interacción física de los comerciantes y consumidores; no obstante, como ya se ha relacionado en forma reiterada, debido a los avances de la tecnología, en la actualidad también se lleva a cabo por medio del internet y las TIC's, escenario en el que no todos los Estados cuentan con la normativa jurídica que permita salvaguardar los derechos de cada uno de los sujetos que intervienen, así como determinar de forma expresa cada

una de sus obligaciones, lo cual resulta imperativo para que en la sociedad se consolide la confianza en este tipo de actividad comercial, puesto que, como se ha señalado, ofrece una serie de ventajas tanto para el vendedor como para el comprador. Las tiendas físicas se han extendido o sustituido por las denominadas tiendas en línea.

De acuerdo con Hernández et. al. (2018):

Una tienda en línea, también conocida por sus denominaciones en inglés, *on line shop* o *eShop*, es un tipo de comercio que realiza sus operaciones de compraventa a través de una web o de una aplicación para dispositivos móviles.

Las tiendas en línea usan las webs o las aplicaciones a modo de escaparate, ofreciendo una gran diversidad de productos o servicios que se presentan de manera atractiva (p. 16).

La forma habitual de comprar y vender en un almacén, supermercado, ferretería, tienda de conveniencia o cualquier otro local comercial se ha revolucionado. En la actualidad se ha optado por utilizar un entorno virtual para ofertar todo tipo de bienes y servicios, actividad para la cual se emplean sitios *web* publicados en la red a los cuales se puede acceder desde un navegador, plataformas digitales de las tecnologías de la información y comunicación o por medio de programas para computadoras, teléfonos móviles, tabletas u otros equipos inteligentes, aplicaciones que permiten presentar los productos al público de una forma más dinámica e interactiva, utilizando para el efecto mensajes con un diseño llamativo, imágenes con una alta calidad e inclusive videos que permiten obtener una apreciación completa de las características de la

mercadería, así como el valor, además de otras condiciones como la forma pago y entrega.

Pérez et. al. (2017), sobre la contratación en internet señalan:

La era digital ha incidido en materia contractual de forma significativa, hoy no solo se muestran cambios en las formalidades, cláusulas y condiciones, sino también de manera general, algunos como los contratos de adhesión, han cobrado una importancia sociojurídica extraordinaria. Todas las redes... desarrollan contrataciones a las cuales se adhieren los usuarios, donde solo con un “click”, se aceptan un conjunto de declaraciones.

La doctrina nacional y extranjera acepta de manera más o menos pacífica que los contratos de adhesión son verdaderos contratos, pero no es claro que constituyan verdaderos “acuerdos paritarios entre iguales”, modo en el que se había concebido el contrato en su forma clásica, puesto que se ha demostrado a lo largo del tiempo que existe la tendencia a abusar del poder de configuración que se le da al predisponente. Relacionado con ello podemos ver como en la internet y en las redes sociales, resulta cada vez más frecuente la presencia de cláusulas abusivas (p.p. 276-277).

Hacer negocios por medio de páginas *web* alojadas en la red de internet o las TIC's, entre las que sobresalen las redes sociales como *Facebook*, *Twitter* o *Instagram*, sin duda, representó la necesidad de cambiar la manera de perfeccionar la compraventa mercantil, puesto que ya no existe un contacto directo entre el vendedor y comprador, por lo que el consentimiento no puede manifestarse a viva voz, como ha sido común. Es así como, también se han creado medios electrónicos para formalizar el consentimiento en la contratación electrónica, siendo un referente para ello, los contratos de adhesión; regularmente, cuando se accede a una tienda en línea se despliega en la pantalla del dispositivo que se esté utilizando, un cuadro de diálogo en el que se informa de los términos y

condiciones para el uso de dicha plataforma. Quedando el usuario al margen de poder realizar algún pronunciamiento.

Lo expuesto por los autores en la cita anterior resulta acertado, es un fenómeno recurrente que las tiendas en línea incluyan cláusulas que únicamente favorecen a quien lo ha creado, siendo en este caso, la parte que ofrece el bien o servicio. La doctrina ha denominado la inclusión de condiciones desiguales como cláusulas abusivas, dejando en estado de indefensión en varios casos a los consumidores. Los modelos predefinidos; la imposibilidad de negociar las condiciones; así como la poca disponibilidad que tienen los usuarios de las tiendas en línea para tomarse el tiempo de leer cada una de las cláusulas; la letra pequeña en los formatos; entre otros aspectos, hacen que los usuarios queden expuestos a una serie de afectaciones a sus derechos. En el ordenamiento jurídico guatemalteco, no se definen las cláusulas abusivas; no obstante, la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, establece algunos criterios que pueden ser considerados como tal.

De conformidad con dicha normativa, no producirán efectos en los contratos de adhesión las cláusulas o estipulaciones que:

- a) Otorguen a una de las partes la facultad de dejar sin efecto o modificar a su solo arbitrio el contrato, salvo cuando esta facultad se conceda al consumidor o usuario en las modalidades de venta por correo, a domicilio, por muestrario o catálogo, usando medios audiovisuales u otras análogas y sin perjuicio de las excepciones que las leyes establecen.
- b) Establezcan incrementos del precio del bien o servicio por accesorios, financiamiento o recargos no previstos, salvo que dichos incrementos correspondan a prestaciones

adicionales susceptibles de ser aceptadas o rechazadas en cada caso y estén consignadas por separado o forma específica.

- c) Hagan responsable al consumidor o usuario por los efectos de las deficiencias, omisiones o errores del bien o servicio cuando no le sean imputables.
- d) Contengan limitaciones de responsabilidad ante el consumidor o usuario, que puedan privar a éste de su derecho o resarcimiento por deficiencias que afecten la utilidad o finalidad esenciales del bien o servicio.
- e) Incluyan espacios en blanco que no hayan sido llenados o inutilizados antes que se suscriba el contrato.
- f) Impliquen renuncia o limitación de los derechos que esta Ley reconoce a los consumidores y/o usuarios (Ley de Protección al Consumidor y Usuario, 2003, artículo 47).

De alguna manera, la legislación guatemalteca prevé cierta protección para los consumidores y usuarios ante los contratos de adhesión, aunque, según el artículo 48 de la normativa antes relacionada, refiere que estos contratos deben constar en formularios impresos o reproducidos, circunstancia que no se cumple en el comercio electrónico, puesto que, como se ha indicado, únicamente se puede visualizar por medio de las pantallas de los dispositivos electrónicos, dando lugar a que empresas y personas particulares no observen los preceptos detallados y atenten en contra de los derechos de los compradores, sin que los vendedores queden obligados a asumir su responsabilidad por inconvenientes con los bienes y servicios.

Sobre la validez del consentimiento en la compraventa mercantil, de acuerdo con el artículo 15 de la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas (2008): "...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”. Conforme a este precepto, la manifestación de voluntad que se realice por cualquier mecanismo electrónico que incorporen los vendedores en la plataforma *web* o la aplicación que haya creado para la comercialización, produce los mismos efectos jurídicos del que se realiza de forma presencial.

Perjuicios jurídicos económicos y comerciales por la falta de protección del comprador y vendedor en el comercio electrónico en Guatemala

El comercio electrónico se ha caracterizado por tener un crecimiento acelerado, no solo a nivel nacional, sino, en todo el mundo por la dinámica de la globalización del siglo XXI; y, si bien es cierto, tiene una serie de ventajas tanto para el vendedor como para el comprador; también expone a estos sujetos a una serie de riesgos por falta de conocimiento o regulación legal, los cuales pueden ser catalogados como perjuicios jurídicos económicos y comerciales, por lo que en ese escenario, resulta necesario que el Organismo Legislativo emita las normas jurídicas que permitan un control efectivo de la actividad comercial que se desarrolla en la actualidad a través del internet y las demás plataformas digitales que se encuentran disponibles en la red, no solo para proteger intereses personales, sino, para fortalecer el estado de Derecho.

En principio, es oportuno hacer referencia a que por perjuicio debe comprenderse todo daño de naturaleza material o moral causado, el cual tiene como consecuencia la afectación del patrimonio de una persona individual o jurídica, derivado generalmente de un vínculo jurídico establecido por medio de un contrato o la comisión de un hecho tipificado como delito o falta en el ordenamiento jurídico vigente. Es menester indicar que en el comercio electrónico el perjuicio puede causarse por una de las partes de la relación comercial por el incumplimiento de sus obligaciones o por un tercero a través de la utilización de *software* malicioso, conocidos técnicamente en el campo tecnológico como *malware*, de los cuales se han desarrollado diferentes variantes como, por ejemplo: virus, gusanos, *spyware*, *wiper*, *ransomware*, entre otros.

Entre los perjuicios jurídicos que pueden sufrir el comprador y el vendedor, se encuentran la falta de seguridad y certeza jurídica como consecuencia de una normativa legal incompleta. Siendo la buena fe guardada y la verdad sabida, los principios jurídicos de observancia general en los negocios jurídicos de orden mercantil, cada una de las partes espera obtener lo que pacta. Si existieran dudas en el consumidor o usuario sobre la entrega del bien o el servicio adquirido, seguramente no realizaría el pago que corresponde; en el mismo sentido, si el comprador no tiene la convicción de que se le haga efectiva la cantidad económica que solicita a cambio del producto, no haría la entrega de este. No obstante, en la actividad comercial que se desarrolla a través del internet

y las TIC's, existe el riesgo latente de que una de las partes incumpla con su obligación o que obtenga algo distinto de lo acordado y no se cuente con un marco jurídico que le asista.

Con relación a otro de los perjuicios jurídicos, Alonso (2004) establece que:

El comercio electrónico presenta importantes problemas en cuanto a la jurisdicción, ya que a menudo se plantean cuestiones legales difíciles de resolver en los conflictos resultantes de transacciones electrónicas entre países distintos, tales como qué leyes deben aplicarse, qué autoridad tiene jurisdicción en cada caso, cómo imponer el incumplimiento de la decisión, etc. Todas estas cuestiones están relacionadas con el hecho de si una página web puede considerarse como un establecimiento permanente a efectos legales. El concepto de establecimiento permanente se utiliza comúnmente en los distintos ordenamientos tributarios para determinar el reparto de la potestad tributaria entre el Estado residente y el Estado de la fuente. Esta terminología se ha acuñado para los supuestos en los que una empresa, pese a tener fijada su sede de dirección efectiva en un país, sin embargo, realiza operaciones económicas en otro Estado (p. 22).

Dada la particularidad que presenta el comercio electrónico de poder establecer una relación comercial entre personas individuales o sociales de diferentes países por medio de una plataforma digital, que en muchos casos no refiere la ubicación física de la empresa, en definitiva, tal como se señala en la cita anterior, en caso de que surja algún conflicto, complica la determinación del ordenamiento jurídico aplicable y la autoridad competente para conocer el caso. Por otro lado, una página *web* o un perfil comercial creado en una red social, de ninguna manera puede considerarse como un establecimiento permanente, puesto que, puede eliminarse de la red en cualquier momento, sin dejar rastro de su existencia, dejando a la

deriva los derechos de las personas que han hecho uso de este para proveerse de algún bien o servicio.

En ese sentido, es imprescindible que exista regulación legal que imponga de forma imperativa que las personas que se dedican al comercio electrónico tengan la obligación de establecer una dirección física para poder sujetarlas a un procedimiento para responder por los daños que puedan ocasionar. Más allá de considerar las relaciones que se puedan establecer a nivel internacional, en primera instancia, deben crearse los mecanismos jurídicos que permitan que los perfiles comerciales guatemaltecos que se encuentran presentes en las distintas plataformas digitales al servicio de los habitantes de la república, respondan por los perjuicios que puedan producir, puesto que la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, no regula nada al respecto.

De acuerdo con el inciso c del artículo 24 de la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas (2008): “La comunicación electrónica se tendrá por expedida en el lugar en el que el iniciador tenga su establecimiento y por recibida en el lugar en el que el destinatario tenga el suyo”. Por otro lado, el artículo 29 de la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas (2008): “...se presumirá que la sede o el lugar del establecimiento comercial de una parte está en el lugar por ella indicado, salvo que otra parte demuestre que (...) no tiene (...) establecimiento comercial alguno en ese lugar”. De

conformidad con los preceptos legales anteriores, sobresalen los aspectos siguientes: la comunicación electrónica se considera enviada y recibida en el espacio físico que se tenga como establecimiento comercial y este a su vez, será la dirección señalada por las partes, ¿qué pasa si no se señala?, como en el caso de muchos perfiles comerciales de las redes sociales en el país.

En el escenario anterior, los compradores no tienen la seguridad y certeza jurídica de que podrán realizar reclamación alguna, toda vez que, no existe la exigencia de que toda persona que pretenda ejercer el comercio electrónico señale una dirección física para el cumplimiento de sus obligaciones contractuales y extracontractuales, menos que exista un registro de los perfiles comerciales que se encuentran funcionando en el internet y las TIC's. Por lo que el ordenamiento jurídico debe ser desarrollado para tratar de evitar arbitrariedades en la oferta y la demanda de bienes y servicios, con mayor razón en la sociedad de consumo en la que vivimos actualmente, a lo que hay que agregarle que muchas de las compras resultan ser compulsivas, es decir, se adquieren productos que no son indispensables en el momento.

Sobre los perjuicios económicos, pueden señalarse dos tipos, el primero a nivel personal, que puede traducirse en la afectación patrimonial del vendedor o el comprador; contexto en el que el vendedor puede hacer el envío del bien o servicio y resulte que no se le pague; o, bien, que el

comprador realice el pago por el medio que se le haya indicado y finalmente no reciba el producto respectivo. El segundo es de tipo estatal, del cual resulta una afectación patrimonial que deviene de la falta de mecanismos que garanticen que todas las transacciones comerciales que se realicen por cualquiera de los medios digitales paguen los impuestos correspondientes. Por ahora, no se tiene control del comercio electrónico en el tema de impuestos, es probable que exista un número elevado de comerciantes que no estén tributando, por lo que el Estado no recauda lo que realmente debería ser.

A criterio de Archidona (2022):

Los sistemas tributarios de las distintas jurisdicciones fueron diseñados décadas atrás, cuando el comercio internacional era una realidad, pero las transacciones comerciales electrónicas eran una utopía. Por lo tanto, los conceptos y normas tributarias que se establecieron se diseñaron en función de las características de la sociedad y la economía de ese momento. Sin embargo, la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la sociedad han tenido consecuencias económicas, y, por ende, tributarias de gran calado. Ya que las normas que se diseñaron no eran válidas para la denominada economía digital, ya que la misma tenía características propias, que hacían que los sistemas tributarios fueran ineficientes (p. 89).

El hecho de que los comerciantes puedan actuar desde un ordenador de escritorio, una computadora portátil o inclusive un teléfono móvil, no lo exime del pago de impuestos a los que se encuentra afecta la actividad comercial en Guatemala, que serían en este caso particular, de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente: el Impuesto al Valor Agregado; el Impuesto sobre la Renta y el Impuesto de Solidaridad, no obstante, la ausencia de un lugar físico para el cumplimiento de las

obligaciones, favorece la evasión de la carga fiscal, y, por ende representa una reducción en la recaudación de los ingresos tributarios, los cuales son fundamentales para la prestación de servicios básicos a la población.

Finalmente, en relación con los perjuicios comerciales, es oportuno señalar que, la falta de seguridad y certeza jurídica en las relaciones comerciales que tienen lugar en un Estado repercute en el crecimiento de la inversión, especialmente la extranjera. Los empresarios no pueden confiar sus recursos económicos si consideran que no existen los medios legales que les brinden protección ante cualquier daño que puedan sufrir; por otro lado, las personas que están incursionando en el comercio electrónico, pueden encontrar dificultades en el desarrollo de sus actividades, en virtud de la desconfianza que se genera en la población al conocer experiencias fraudulentas, que inclusive en casos extremos, han tenido como consecuencia la muerte de una de las partes. Los medios de comunicación han sido portavoces de noticias como la estafa o el fallecimiento de personas que se han presentado a concretar la venta de un vehículo, por ejemplo.

Comparación de las ventajas de la protección del vendedor y comprador entre Costa Rica, Colombia y México

Las diferentes áreas del conocimiento que el ser humano ha desarrollado a través del tiempo, no se han cerrado a nuevas ideas, por el contrario, están en constante evolución, en ese contexto la ciencia del Derecho no es ajena a la transformación. El estudio de las instituciones jurídicas que forman parte de las diferentes disciplinas que la doctrina reconoce, atraviesan una serie de cambios a partir de las condiciones, económicas, políticas, culturales, sociales y de cualquier otra índole que se presenta en cada período de tiempo. En la modernidad, uno de los aspectos que incide en el abordaje de los problemas jurídicos que se presentan en los Estados, es el estudio de la legislación de otros países, dinámica que se ha conceptualizado como Derecho Comparado.

Según Altava et. al. (2003):

El Derecho Comparado es aquella parte de la ciencia jurídica que se ocupa del estudio de los sistemas jurídicos de diversos países analizándolos como modelos de respuesta a problemas jurídicos definidos en términos generales, es decir, en abstracción del Estado concreto en que se plantean (p. 28).

Lo expuesto por los autores resulta acertado, puesto que el éxito obtenido en la solución de problemas jurídicos de un Estado, pueden ser aplicados en otro, siempre que se desarrolle un análisis de las condiciones propias del Estado en el que se pretende implementar, para que puedan ser adaptadas de la mejor manera posible, en tal virtud, la tarea legislativa en

ningún caso se puede reducir a copiar de forma literal las normas jurídicas puesto que podría ser un fracaso. Por otro lado, es importante que se estudie la normativa de varios países para establecer las ventajas o desventajas que se han generado. En el presente estudio, se realizará una comparación de la normativa de Costa Rica, Colombia y México, sobre las normas que protegen a los vendedores y compradores en el comercio electrónico de dichos países.

Costa Rica

El país centroamericano ha procurado tutelar de forma efectiva los derechos del consumidor a partir de mil novecientos noventa y cinco, año en que entró en vigencia la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor No. 7472 que promulgó la Asamblea Legislativa, la cual fue complementada con el reglamento por medio del Decreto Ejecutivo No. 37889 que fue emitido por el Presidente de la República y el Ministro de Economía, Industria y Comercio, normativa que ha sufrido una serie de reformas, sin duda, para adaptarlas a las necesidades reales de los consumidores. Es así como el tres de octubre del dos mil diecisiete el Poder Ejecutivo dicta el Decreto No. 40703-MEIC, para adicionar en el reglamento un apartado específico para la protección del consumidor en el comercio electrónico, el cual quedó contenido en el capítulo X, modificando aspectos importantes. A continuación, se hace referencia de lo más relevante.

El Reglamento a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (2013) de Costa Rica, regula:

El comerciante debe informar de forma cierta, fidedigna, suficiente, clara, accesible y actualizada su verdadera identidad, especificando su ubicación geográfica principal, nombre o razón social, documento de identidad o cédula jurídica, domicilio social, teléfono, correo electrónico y demás puntos de contacto, información adecuada del registro del nombre del dominio para los sitios web que estén promoviendo o que participen en transacciones comerciales con consumidores y cualquier registro del gobierno o información de licencia pertinentes (artículo 247).

De conformidad con la normativa citada, en Costa Rica, bajo el acápite información sobre el comerciante, se establece como obligación hacer públicos todos los datos que permitan identificar de forma plena al comerciante, tanto de la persona natural como de la organización social bajo la cual se encuentre operando en el mercado, además de lo anterior, deben darse a conocer todos los medios por los cuales se les puede contactar y de forma especial, la fijación de una dirección física. Esta regulación resulta muy acertada en ese país, puesto que, entre los riesgos que se encuentran latentes en el comercio electrónico, se encuentran la interacción con personas que ejercen su actividad bajo un perfil falso y la falta de una dirección física para realizar reclamaciones o para demandar el cumplimiento de sus obligaciones para con los consumidores y por supuesto, con el Estado, aspecto que sería interesante replicar en Guatemala.

Por su parte el Reglamento a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (2013) de Costa Rica, refiere:

El comerciante debe proporcionar al consumidor información clara, precisa, fácilmente accesible, en un lenguaje sencillo y fácil de comprender acerca de los bienes o servicios ofrecidos, de acuerdo con la naturaleza de los bienes o servicios de que se trate, de modo que el consumidor tenga información suficiente para tomar una decisión informada, por lo que no deberá inducir a error o prestarse para interpretaciones, limitaciones o condiciones que pueda afectar la capacidad del usuario final de adquirir, acceder o usar el bien o servicio...(artículo 249).

El artículo citado obliga a los comerciantes a suministrar todos los detalles de los bienes y servicios que ofrecen, de forma sencilla, comprensible y sin reservas, de tal manera que la persona que los adquiera tenga pleno conocimiento de las especificaciones al momento de tomar la decisión de comprar. Imponer esta obligación en el comercio electrónico, también representa una ventaja para los consumidores, toda vez que, es probable que muchas personas no hayan recibido el producto tal como lo han visualizado en el Internet, las TIC's o la plataforma electrónica que hayan empleado como canal para adquirir el bien o servicio. Resultaría oportuno que además de lo anterior, se pudiera imponer a los comerciantes que, en el momento de hacer la oferta al público se empleen imágenes reales, resulta que en varios sitios web únicamente se cargan imágenes con fines ilustrativos.

En el artículo 255 del reglamento referido, sobresale la responsabilidad que tiene el comerciante de remitir un comprobante a partir de la formalización de la transacción, eso significa que, debe hacerse llegar al consumidor, cualquier documento físico o electrónico que pueda acreditar el bien o servicio que se adquiere, así como el costo; dicho comprobante debe contener los detalles de la transacción y debe ser perdurable. Por otro lado, el artículo 256 impone a los comerciantes, emplear todos los mecanismos que garanticen la seguridad en las transacciones realicen los consumidores o usuarios en concepto de pago. Circunstancia que definitivamente es necesaria, en virtud de que en el comercio electrónico es común la utilización de números de cuenta, así como tarjetas de débito o crédito.

Por otro lado, el Reglamento a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (2013) de Costa Rica, señala:

El comerciante debe establecer un mecanismo gratuito, transparente y eficaz para recibir las quejas y reclamaciones de los consumidores. Para tales efectos, deberá utilizarse el mismo medio empleado de comercio electrónico empleado para completar la transacción.

Dicho mecanismo deberá ser de fácil acceso y uso por parte del consumidor, y el comerciante deberá informar además los plazos de respuesta, que deberán ser razonables según el caso que se trate, así como los medios o las alternativas con que cuenta el consumidor para dar seguimiento a su reclamación (artículo 259).

El precepto citado, puede considerarse otra de las ventajas que se encuentran en la legislación costarricense analizada, puesto que atribuye al comerciante la responsabilidad de implementar un medio electrónico,

gratuito, de fácil acceso y, sobre todo, transparente, que le permita a los consumidores y usuarios presentar sus inconformidades con relación a los bienes o servicios que se han adquirido por medios electrónicos, que, además, deben estar sujetos a un plazo para su resolución. Este artículo se complementa con el 260, el cual regula la obligación de mantener un sistema que permita evaluar la actividad desarrollada por el comerciante, el cual debe ser público en cuanto a los resultados.

Colombia

En el país latinoamericano, al igual que en Costa Rica, no existe una normativa especial sobre el comercio electrónico, no obstante, se ha reformado la Ley 1480 de 2011, que contiene el Estatuto del Consumidor y otras disposiciones, la cual se encuentra vigente a partir del 12 de abril de 2012. Normativa que a partir de una serie de reformas realizadas por el Decreto 2184 de 2012 del Congreso de Colombia, incorporó en el Capítulo VI del Título VII del cuerpo legal, un apartado destinado a proteger al consumidor en las actividades del comercio electrónico, el cual está contenido en los artículos 49 al 54. En este segmento de la ley, lo primero que se establece es una definición de comercio electrónico, aspecto que resulta acertado, puesto que es importante establecer las actividades a las que se destina la regulación legal.

El Estatuto del Consumidor y otras disposiciones (2011) de Colombia, en cuanto a las obligaciones de los proveedores que comercian por medios electrónicos, entre otras, refiere:

Sin perjuicio de las demás obligaciones establecidas en la presente ley, los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos, deberán:

a) Informar en todo momento de forma cierta, fidedigna, suficiente, clara, accesible y actualizada su identidad...

b) Suministrar en todo momento información cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada respecto de los productos que ofrezcan...

También se deberá indicar el plazo de validez de la oferta y la disponibilidad del producto. En los contratos de retracto sucesivo, se deberá informar su duración mínima.

Cuando la publicidad del bien incluya imágenes o gráficos del mismo, se deberá indicar en qué escala está elaborada...

c) Informar, en el medio de comercio electrónico utilizado, los medios de que disponen para realizar los pagos, el tiempo de entrega del bien o la prestación del servicio, el derecho de retracto que le asiste al consumidor y el procedimiento para ejercerlo...

Igualmente deberá informar el precio total del producto incluyendo todos los impuestos, costos y gastos que deba pagar el consumidor para adquirirlo. En caso de ser procedente, se debe informar adecuadamente y por separado los gastos de envío.

d) Publicar en el mismo medio y en todo momento, las condiciones generales de sus contratos, que sean fácilmente accesibles y disponibles para su consulta, impresión y descarga, antes y después de realizada la transacción, así no se haya expresado la intención de contratar.

Previamente a la finalización o terminación de cualquier transacción de comercio electrónico, el proveedor o expendedor deberá presentar al consumidor un resumen del pedido...

La aceptación de la transacción por parte del consumidor deberá ser expresa, inequívoca y verificable por la autoridad competente...

Concluida la transacción, el proveedor y expendedor deberá remitir, a más tardar el día calendario siguiente de efectuado el pedido, un acuse de recibo del mismo...

Queda prohibida cualquier disposición contractual en la que se presuma la voluntad del consumidor o que su silencio se considere como consentimiento...

e) Mantener en mecanismos de soporte duradero la prueba de la relación comercial, en especial de la identidad plena del consumidor, su voluntad expresa de contratar, de la forma en que se realizó el pago y la entrega real y efectiva de los bienes o servicios adquiridos...

...h) Salvo pacto en contrario, el proveedor deberá haber entregado el pedido a más tardar en el plazo de treinta (30) días calendario a partir del día siguiente a aquel en que el consumidor le haya comunicado su pedido.

En caso de no encontrarse disponible el producto objeto del pedido, el consumidor deberá ser informado de esta falta de disponibilidad de forma inmediata.

En caso de que la entrega del pedido supere los treinta (30) días calendario o que no haya disponible el producto adquirido, el consumidor podrá resolver o terminar, según el caso, el contrato unilateralmente y obtenerla devolución de todas las sumas pagadas sin que haya lugar a retención o descuento alguno. La devolución deberá hacerse efectiva en un plazo máximo de treinta (30) días calendario (artículo 50).

Con base en lo anterior, el artículo 50 de la ley referida, atribuye una serie de obligaciones para todas las personas que, dentro de la delimitación geográfica de Colombia, se dediquen a vender por medio de cualquier plataforma digital. Llama la atención como en dicho país, los legisladores empiezan por regular el comercio electrónico a nivel local, es un paso importante, sería ideal que en el futuro se emitan los instrumentos legales que permitan la protección de no solo de los consumidores, sino, también de los vendedores, quienes también pueden exponerse a algún tipo de riesgo. Aunque en la doctrina se ha concebido que la relación entre comerciantes y consumidores en una relación asimétrica, es decir que, no existen igualdad de condiciones, encontrándose en desventaja quienes consumen.

Entre las estipulaciones que sobresalen del artículo 50 la Ley 1480 de 2011 de Colombia, se encuentra lo siguiente: i) los comerciantes deben dar a conocer los datos que permitan su identificación, ubicación y contacto, los cuales deben ser veraces y estar disponibles para los

consumidores en todo momento. Responsabilidad que aplica tanto para personas individuales y jurídicas que se dediquen a la actividad comercial. Un aspecto que resulta interesante es que, deben informar una dirección física para que se les pueda notificar de cualquier acción judicial que se esté tramitando debido a su actividad económica. Este precepto resulta similar a la regulación de Costa Rica, que, en definitiva, deben ser un referente para que en Guatemala se realicen los cambios necesarios, ya que, como se apuntó con anterioridad, actualmente no existe normativa que obligue a quienes venden en internet a fijar una dirección física para ubicarlos.

ii) Al igual que en Costa Rica, la legislación de Colombia regula que, en el comercio electrónico todas las ofertas que se realicen en el mercado deben contener una descripción detallada del producto y para tener consideraciones más concretas, se establece de forma expresa que debe incluirse, el tamaño, el tipo de material con el que se ha elaborado, el proceso de fabricación, el modo en que debe emplearse, la calidad. Ahora bien, a diferencia de Costa Rica, en la legislación colombiana, dentro de las especificaciones, se impone que, en caso de que se utilicen imágenes para promocionar algún bien, deben ser apegadas lo más que se pueda a la realidad, es más, debe señalarse la escala de la imagen en relación al producto original, en ese sentido, existe menos riesgo de que el consumidor se forme una idea equivocada sobre el bien que quiere adquirir.

iii) Se contempla el derecho de retracto para el consumidor, esta es una consideración interesante, toda vez que, muchas de las compras que se realizan en el comercio electrónico se realizan por impulso, es decir que, puede no existir una necesidad real del bien o servicio, sin embargo, por lo atractiva que resultar la oferta, se compra y una vez transcurrida la emoción del momento, podría arrepentirse el comprador. En este contexto, considerar el derecho de retracto, representa una ventaja para el consumidor, ahora bien, es importante que pueda considerarse algún plazo para poder ejercerlo, de tal manera que tampoco se afecte al vendedor, cabe resaltar que en el proceso de logística que requiere el comercio electrónico para hacer llegar el producto a su destinatario, también representa costos.

iv) Otro extremo que se estipula es la obligación de publicar el contrato en el portal electrónico que se esté empleando, el cual debe estar disponible para que el consumidor lo descargue e imprima, además de remitir por los medios digitales, un resumen de la compra que se ha realizado; v) debe implementarse un mecanismo que permita mantener un soporte, es decir, el historial de las actividades comerciales que se han concretado, detallando los datos que permitan una identificación plena de los consumidores, la forma en que manifestaron expresamente su voluntad de formalizar una transacción comercial, la manera en que se trasladó el producto a las manos del consumidor, información que se encuentra sujeta a la verificación de autoridades gubernamentales; vi)

existe un plazo límite de treinta días calendario para hacer efectiva la entrega del producto y en caso de que no se realice, procede sin más trámite, requerir la devolución del pago.

El Estatuto del Consumidor y otras disposiciones (2011) de Colombia, contempla la reversión del pago de la siguiente forma:

Cuando las ventas de bienes se realicen mediante mecanismos de comercio electrónico, tales como Internet, PSE y/o call center y/o cualquier otro mecanismo de televenta o tienda virtual, y se haya utilizado para realizar el pago una tarjeta de crédito, débito o cualquier otro instrumento de pago electrónico, los participantes del proceso de pago deberán reversar los pagos que solicite el consumidor cuando sea objeto de fraude, o corresponda a una operación no solicitada, o el producto adquirido no sea recibido, o el producto entregado no corresponda a lo solicitado o sea defectuoso.

Para que proceda la reversión del pago, dentro los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha en que el consumidor tuvo noticia de la operación fraudulenta o no solicitada o que debió haber recibido el producto o lo recibió defectuoso o sin que correspondiera a lo solicitado, el consumidor deberá presentar queja ante el proveedor y devolver el producto, cuando sea procedente, y notificar de la reclamación al emisor del instrumento de pago electrónico utilizado para realizar la compra, el cual, en conjunto con los demás participantes del proceso de pago, procederán a reversar la transacción al comprador.

En el evento que existiere controversia entre proveedor y consumidor derivada de una queja y esta fuere resuelta por autoridad judicial o administrativa a favor del proveedor, el emisor del instrumento de pago, en conjunto con los demás participantes del proceso de pago, una vez haya sido notificado de la decisión, y siempre que ello fuere posible, cargará definitivamente la transacción reclamada al depósito bancario o instrumento de pago correspondiente o la debitará de la cuenta corriente o de ahorros del consumidor, y el dinero será puesto a disposición del proveedor. De no existir fondos suficientes o no resultar posible realizar lo anterior por cualquier otro motivo, los participantes del proceso de pago informarán de ello al proveedor, para que este inicie las acciones que considere pertinentes contra el consumidor. Si la controversia se resuelve a favor del consumidor, la reversión se entenderá como definitiva.

Lo anterior, sin perjuicio del deber del proveedor de cumplir con sus obligaciones legales y contractuales frente al consumidor y de las sanciones administrativas a que haya lugar. En caso de que la autoridad judicial o administrativa determine que hubo mala fe por parte del consumidor, la Superintendencia podrá imponerle sanciones de hasta cincuenta (50) salarios mínimos legales mensuales vigentes (artículo 51).

La reversión del pago se constituye como otra ventaja para los consumidores en ese país, extremo que no se regula en Costa Rica. Básicamente este precepto da la posibilidad de que los consumidores puedan recuperar el monto que hayan cancelado como pago de algún producto que se reciba con defectos u otras circunstancias que conviertan la transacción comercial en fraudulenta, sin importar la forma en que se haya materializado el pago; tarjeta de crédito, débito, transferencia electrónica. El plazo para que pueda reclamarse el derecho de reversión del pago es de cinco días hábiles, es oportuno resaltar que, en caso de que no se haga efectiva la devolución, se contempla la presentación de una queja, con la cual tendrá lugar la intervención de autoridad judicial o administrativa para garantizar el derecho, inclusive para aplicar una sanción.

Por otro lado, el Estatuto del Consumidor y otras disposiciones (2011) de Colombia, regula:

La Superintendencia de Industria y Comercio, de oficio o a petición de parte, podrá imponer una medida cautelar hasta por treinta (30) días calendario, prorrogables por treinta (30) días más, de bloqueo temporal el acceso al medio de comercio electrónico, cuando existan indicios graves que por ese medio se están violando los derechos de los consumidores, mientras se adelanta la investigación administrativa correspondiente (artículo 54).

Finalmente, es oportuno hacer referencia de la intervención del Estado para proteger a los consumidores en Colombia, puesto que preceptúa el bloqueo temporal de la plataforma electrónica en donde se ofrezcan bienes o servicios, como medida cautelar que puede ser aplicable por la

Superintendencia de Industria y Comercio, por un plazo de treinta días calendario, los cuales pueden ser prorrogables, en caso que exista información de que el comerciante realice prácticas que afecten los derechos de los consumidores, cabe resaltar que es una medida de carácter temporal, en tanto se realiza la indagación y se deduzca la responsabilidad que corresponda, pero, denota el interés estatal por mantener un control del comercio electrónico. Este aporte legal, es un extremo que no se contempla en Costa Rica y Guatemala.

México

El país vecino, al igual que los dos Estados anteriores, no cuenta dentro de su ordenamiento jurídico con una ley especial sobre el comercio electrónico, sino, únicamente con una reforma de los preceptos contenidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor, con la modificación se incorporó el Capítulo VIII Bis, con el epígrafe: de los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, el cual contiene únicamente dos artículos, pero, constituyen un aporte para garantizar los derechos de los compradores en la era digital. Aunque la reforma realizada no contiene de manera expresa el término comercio electrónico, al mencionar medios electrónicos, se infiere que se emplea el internet y las TIC's.

La Ley Federal de Protección al Consumidor (1992) sobre las obligaciones entre consumidores y comerciantes en el comercio electrónico, regula:

Las disposiciones del presente Capítulo aplican a las relaciones entre proveedores y consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología. En la celebración de dichas transacciones se cumplirá con lo siguiente:

- I. El proveedor utilizará la información proporcionada por el consumidor en forma confidencial, por lo que no podrá difundirla o transmitirla a otros proveedores ajenos a la transacción, salvo autorización expresa del propio consumidor o por requerimiento de autoridad competente;
- II. El proveedor utilizará alguno de los elementos técnicos disponibles para brindar seguridad y confidencialidad a la información proporcionada por el consumidor e informará a éste, previamente a la celebración de la transacción, de las características generales de dichos elementos;
- III. El proveedor deberá proporcionar al consumidor, antes de celebrar la transacción, su domicilio físico, números telefónicos y demás medios a los que pueda acudir el propio consumidor para presentarle sus reclamaciones o solicitarle aclaraciones;
- IV. El proveedor evitará las prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos, por lo que deberá cumplir con las disposiciones relativas a la información y publicidad de los bienes y servicios que ofrezca, señaladas en esta Ley y demás disposiciones que se deriven de ella;
- V. El consumidor tendrá derecho a conocer toda la información sobre los términos, condiciones, costos, cargos adicionales, en su caso, formas de pago de los bienes y servicios ofrecidos por el proveedor;
- VI. El proveedor respetará la decisión del consumidor en cuanto a la cantidad y calidad de los productos que desea recibir, así como la de no recibir avisos comerciales, y
- VII. El proveedor deberá abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los servicios ofrecidos, en especial tratándose de prácticas de mercadotecnia dirigidas a la población vulnerable, como los niños, ancianos y enfermos, incorporando mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población.

El artículo 76 Bis citado, describe una serie de disposiciones que deben ser aplicables en la relación que surge entre los comerciantes y consumidores a través del uso de la tecnología. Entre los aspectos que

destacan pueden señalarse: a) la protección de los datos personales o contacto de los consumidores, los cuales deben resguardarse bajo criterios de confidencialidad, en tal virtud, el comerciante tiene impedimento legal de compartirlo con terceras personas, a menos que, se requiera la autorización del comprador; b) al igual que la legislación de Costa Rica y Colombia, la Ley Federal de Protección al Consumidor de México, impone la obligación al comerciante de proporcionar todos los datos que permitan su identificación y ubicación en una dirección física, de tal modo que se le puedan realizar reclamaciones o que responda por cualquier otra responsabilidad en la que pueda incurrir.

c) el comerciante queda advertido de realizar prácticas comerciales en detrimento de los derechos del consumidor, especialmente en la promoción de los bienes y servicios, en tal sentido, debe especificar toda la información que sea posible de los productos que ofrece. Por su parte el artículo 76 Bis 1, señala otra serie de disposiciones que debe cumplir el proveedor para garantizar los derechos del consumidor, tales como: medios para aceptar la transacción, archivo de todas las transacciones, mecanismos para presentar quejas y darle el seguimiento correspondiente. En definitiva, los preceptos abordados de los países de Costa Rica, Colombia y México sirven de orientación en cuanto a la forma que se ha abordado las problemáticas que se han derivado del comercio electrónico y que por supuesto, pueden servir de base para fortalecer la normativa guatemalteca.

Ventajas y beneficios de brindar protección al comprador y vendedor en la compraventa mercantil a través de la internet en el comercio electrónico en Guatemala.

Cabe resaltar que el estado de Guatemala, de conformidad con el artículo 2º. de la Constitución Política de la República de Guatemala, tiene el deber de garantizarle a los habitantes, entre otros aspectos, la libertad y la seguridad. En tal virtud, es imprescindible que la actividad comercial que actualmente se realiza a través del internet y las TIC's, se encuentre sujeta a una normativa con la cual el Estado pueda abordar de forma efectiva los riesgos a los cuales se encuentran sujetos, por ahora, tanto los consumidores, usuarios y comerciantes debido a poca regulación en el tema. Guatemala contempla dentro de la norma suprema la libertad de comercio e industria, por lo que no existe limitación alguna para que se desarrolle el comercio electrónico por todas las personas que se encuentren dentro del territorio.

Sin embargo, también debe atenderse la seguridad que establece como deber para el Estado, por lo que todos los consumidores deben tener las condiciones legales que les permita confiar en la actividad comercial que se realiza a través de las plataformas digitales, lo cual se traduciría en ventajas como: a) mayor inversión; si el Estado propicia condiciones que en las que sea seguro comprar en internet, aumentaría aún más la cantidad de personas que hacen uso de esta forma de comercio, inversión que no

se reduciría sólo a los guatemaltecos, sino que, también puede atraerse a personas extranjeras: b) también puede aumentarse la recaudación tributaria, de poder encontrarse los mecanismos para garantizar que todas las personas que venden a través de las redes telemáticas tributen, conforme al régimen legal vigente, esto se traduciría en una mejor prestación de servicios públicos.

Brindar protección al comprador y vendedor en el comercio electrónico genera una mayor competitividad como beneficio para la economía guatemalteca, puesto que mientras más sean los proveedores que comercien en línea, se facilita hacer una comparación de la calidad de los productos y los precios que se manejan en cada una de las plataformas, en este contexto, adquirir bienes o servicios de calidad a un menor costo luego de hacer una comparación en las distintas tiendas en línea, representa un ahorro para el consumidor y usuario. Aparejado a lo anterior, al ser confiable y funcional el comercio electrónico, favorecería la posibilidad de emprender un negocio, toda vez que, comercializar en línea requiere una menor inversión al no ser necesario rentar un espacio físico para poder exhibir los productos, se puede dirigir toda la actividad desde la comodidad del hogar, por lo que tampoco es necesario contratar personal.

Además de ahorrar dinero, tener la certeza de que es seguro comprar por medio del internet y las TIC's, contribuye en el ahorro de tiempo, en virtud de que se vuelve innecesario movilizarse de un lugar a otro para

buscar un producto o servicios, desde el hogar o la oficina se pueden realizar los pedidos y recibirlos posteriormente. En ese mismo sentido, el hecho de no tener la necesidad para dirigirse a una agencia bancaria para obtener efectivo o realizar depósitos como pago, sino, utilizar las transferencias electrónicas, pagar por medio de tarjetas de crédito o débito, inclusive pagar con las denominadas criptomonedas, se traduce en una reducción de tiempo en comparación con la forma tradicional de comercio electrónico.

Por otro lado, establecer reglas claras para consumidores y comerciantes en el comercio electrónico por medio de los instrumentos legales, disminuye los riesgos a los que pueden exponerse cada una de las partes. Imponer la obligación de que consumidores y comerciantes se identifiquen de forma plena, evita de alguna manera las estafas o en su defecto, tener la seguridad de que se puede ubicar a la persona para poder hacer la reclamación o la restitución del dinero que se ha invertido en los bienes o servicios. Finalmente, contar con la garantía de que los datos personales que se proporcionan se guardarán con carácter de confidencialidad y que no serán compartidos con terceras personas, se enmarca en la protección que la Constitución Política de Guatemala establece en cuanto a la privacidad de la información, fortaleciéndose en ese sentido el estado democrático de derecho.

Conclusiones

En relación con el objetivo general que se refiere a establecer los perjuicios jurídicos, económicos y comerciales que genera la falta de protección al comprador y vendedor en la compraventa mercantil a través de la internet en el comercio electrónico en Guatemala y comparar con Costa Rica, Colombia y México para regular en el país esta protección, se concluye que, entre los perjuicios jurídicos, se encuentran la falta de seguridad y certeza jurídica como consecuencia de una normativa legal incompleta. Puesto que son leyes vigentes pero que para el mundo digital y el sistema económico basado en este resulta ineficaz e inoperante porque no corresponde a ciertas características de una economía dinámica, abierta y moderna.

Sobre los perjuicios económicos, ambos sujetos pueden sufrir una afectación patrimonial, puesto que el vendedor puede hacer el envío del bien o servicio y resulte que no se le pague; o, bien, que el comprador realice el pago por el medio que se le haya indicado y finalmente no reciba el producto. En relación con los perjuicios comerciales, es oportuno señalar que, la falta de seguridad y certeza jurídica del comercio electrónico repercute en el crecimiento de la inversión en el país, no se invierte, si no existen medios legales que brinden protección ante cualquier daño. Problemática que en la legislación de Costa Rica, Colombia y México se ha procurado atender a través de una serie de

reformas, las cuales pueden servir de base para mejorar la normativa guatemalteca.

El primer objetivo específico que consiste en determinar los aspectos jurídicos y doctrinarios del consumidor y usuario y la protección en el ordenamiento jurídico guatemalteco, con lo cual se arribó a la siguiente conclusión que el consumidor es la persona que adquiere cualquier tipo de bien producido para el consumo, siendo en ese sentido un objeto material para satisfacer alguna de sus necesidades, mientras que el usuario es aquella persona que, por medio de una transacción comercial, contrata la prestación de un servicio, por ejemplo, transporte, educación, telefonía, siendo su aprovechamiento temporal. El Estado de Guatemala establece las bases de la protección al consumidor en el artículo 119 literal i) de la Constitución Política de la República de Guatemala; en la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 06-2003; y, su reglamento, contenido en el Acuerdo Gubernativo número 777-2003 de fecha 28 de noviembre de 2003.

Con relación al segundo objetivo específico que consiste en analizar la clasificación de los comerciantes y su intervención en los actos de comercio electrónico y su regulación legal, se concluye que, básicamente se reconocen dos tipos de comerciantes, el individual y el social, cada uno con sus ventajas y desventajas, en ambos casos se desarrolla la actividad económica de un modo profesional, así como dentro de un marco de

sujeción a las normas jurídicas mercantiles, lo que varía es la forma en que se organizan para ejercer los negocios, las circunstancias en las que hacen valer sus derechos y obligaciones, así como los requisitos para adquirir dicha calidad, aspectos que en Guatemala tienen fundamento legal en el Código de Comercio de Guatemala.

Referencias

Alfonso Velásquez, O. L. (2018). *Consumidores y Derecho en Iberoamérica*: Editorial UBIJUS.

Alonso Conde, A. B. (2004). *Comercio Electrónico: Antecedentes, Fundamentos y Estado Actual*: Dykinson, S.L.

Altava Lavall, M. G., Aymerich Ojea, I., Blasco Díaz, J. L., Górriz Royo, E., Grifo Benedicto, A., Soler Vilar, A., & Viguri Perea, A. (2003). *Lecciones de Derecho Comparado*: Publicaciones de la Universitat Jaume I.

Archidona Hidalgo, G., Gil García, E., Álamo Cerrillo, R., Escribano López, E., Gómez Requena, J., Pedrosa López, C., Suberbiola Garbizu, I. (2022). *La Tributación del Comercio Electrónico*: Wolters Kluwer Legal & Regulatory España, S.A.

Arias Purón, R.T. (2016). *Derecho Mercantil*: Grupo Editorial Patria.

Ayala Escorza, M. (2022). *Derecho Mercantil*: IURE editores, S. A. de C. V.

Barral Viñals, I. (2003). *La Regulación del Comercio Electrónico*: Dykinson, S.L.

Cárdenas Antúnez, R. J. (2014). *Análisis del Consumidor*: Editorial Digital UNID.

Castro de Cifuentes, M. (2016). *Derecho Comercial, Actos de comercio, empresas, comerciantes y empresarios*: Ediciones Uniandes: Temis.

Contreras Morales, S. A. (2009). La necesidad de crear la Fiscalía del Consumidor y Usuario para perseguir a los proveedores que quebranten la Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Guatemala.

Hernández Ramos, E. M., & Hernández Barrueco, L. C. (2018). *Manual del comercio electrónico*: Marge Books.

Kaba, I. (2008). *Elementos básicos de comercio electrónico*: Editorial Universitaria.

Martínez Rodríguez, J. M. (2015). *Derecho Mercantil*: Grupo Editorial Éxodo.

Paredes Sánchez, L., & Meade Hervert, O. (2014). *Derecho Mercantil, Parte General y Sociedades*: Grupop Editorial Patria.

Pérez Gallardo, L. B., Castillo Parrilla, J. A., Formentín Zayas, Y. M., Flamini, A., Hernández Fernández, L., Puentes Gómez, A., & Rodríguez Ayuso, J. (2017). *Contratación Electrónica y Protección de los Consumidores -una visión panorámica-*: Editorial REUS S.A.

Tabares Neyra, L. M., Tamayo Pineda, N., Blanco Rojas, M., & Gayoso Rosabal, R. (2016). *Una mirada al consumo y los consumidores*: Editorial Universitaria.

Legislación nacional

Asamblea Nacional Constituyente (1985). *Constitución Política de la República de Guatemala*.

Congreso de la República de Guatemala. (1970). *Código de Comercio de Guatemala*. Decreto número 2-70.

Congreso de la República de Guatemala. (2003). *Ley de Protección al Consumidor y Usuario*. Decreto numero 06-2003.

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

Organismo Ejecutivo. (2003). *Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario*. Acuerdo Gubernativo número 777-2003.

Legislación internacional

Costa Rica

Ministerio de Economía. (1995). *Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor*. Ley número 7472. Costa Rica

Colombia

Congreso de la República de Colombia. (2011). *Estatuto del Consumidor y otras disposiciones*. Ley 1480. Colombia.

México

Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. (1992). *Ley Federal de Protección al Consumidor*. México.

Sentencias

Corte de Consitucionalidad. (16 de agosto de 2011). *Sentencia de inconstitucionalidad general Parcial*. Expediente 1397-2011.

Corte de Consitucionalidad (14 de junio de 2015). *Sentencia de inconstitucionalidad general total*. Expediente 3016-2013.