

EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA ACTIVIDAD COMERCIAL DIGITAL EN EL DERECHO VENEZOLANO

Mariana del Valle Buitrago Rodríguez
buitragomariana@gmail.com
Universidad de Los Andes-Núcleo Táchira

RESUMEN

El contexto histórico actual exige una transformación de los diversos ordenamientos jurídicos para, adaptar figuras y conceptos que son utilizados en operaciones que tienen incidencia dentro del ámbito jurídico, sin ser reconocidas de manera expresa por las legislaciones vigentes. El comercio electrónico y del acto de comercio digital en Venezuela, es cada vez más común, empero los instrumentos jurídicos vigentes contemplan someramente estas figuras o simplemente no las regulan. De allí, la importancia del presente trabajo, que manifiesta generalidades de los actos de comercio, el comercio electrónico, el acto de comercio digital y su posibilidad de regularlo en la legislación venezolana.

ABSTRACT

The current historical context requires a transformation of the various legal systems to adapt figures and concepts that are used in operations that impact within the legal field, without being expressly recognized by the regulations. Electronic and digital commerce act in Venezuela trade, is increasingly common, however the existing legal instruments I briefly contemplate these figures or just not regulated. Hence, the importance of this work, which shows an overview of commercial transactions, e-commerce, the act of digital commerce and its ability to regulate under Venezuelan law.

Palabras claves: acto de comercio; comercio electrónico; acto de comercial digital.

Keywords: act-commerce; e-commerce; digital commerce act.

Recibido: 16 de abril de 2014

Aceptado para su publicación: 30 de junio de 2014

31

Preliminares

El avance tecnológico transformó sustancialmente en el orbe, el quehacer diario en actividades propias de diversas áreas, dentro de las cuales vale mencionar: educación, política, cultura, economía, comercio, entre otras; ello gracias a la modernización, simplificación y armonización del ejercicio de las operaciones o tareas llevadas a cabo por el uso de los medios que provee las tecnologías de la información y la comunicación.

El empleo continuado y habitual de las tecnologías de la información y la comunicación, impacta de manera directa en la realidad actual venezolana, al punto de hacerse visible en actividades comunes como las negociales o comerciales, más estas actividades no están reguladas de manera precisa en el ordenamiento jurídico patrio.

Interesa a los estudiosos del derecho mercantil y áreas afines en

Venezuela, los efectos jurídicos que se puedan generar producto de actividades en masa y para las masas realizadas a través del uso de los medios que las tecnologías de la comunicación y la información (Tic's) dispongan para favorecer la consecución del acto de comercio, pues representan un desafío, producto de su exigua regulación, debido a que el Código de Comercio venezolano contempla una enunciación de los actos de comercio, empero el redactor del referido instrumento normativo, no previó situaciones en donde se involucre la usanza de las TIC's. Frente a este panorama, se debe considerar lo que dispone el artículo 112 de la Carta Magna (1999) que establece:

Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada (...).

Ello en función de proponer y redefinir nuevas figuras jurídicas, o,

adaptar las existentes a las exigencias del contexto histórico actual, debido a que, el constituyente consiente de manera expresa, la libertad de la actividad económica, con las limitaciones señaladas en la norma en comento. En consecuencia, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, no impide la ejecución de las actividades económicas que se lleven a cabo por la realización de diversos actos de comercio, aun y cuando éstos se realicen por medios electrónicos configurándose por tanto el comercio electrónico.

De allí que, deba incluirse dentro de la esfera del derecho mercantil, conceptos como el acto de comercio digital y su regulación legal, bien a través de una labor de descodificación del Código de Comercio (1955) o, por medio de una ley especial con carácter mercantil, que persiga como propósito, espíritu y razón la inclusión y regulación de las referidas figuras así como la de comercio electrónico, para dejar a un lado el concepto tradicional y vetusto del acto de comercio que no responde a la realidad histórica actual venezolana.

I. De los actos de comercio

1.- Breves históricos del acto de comercio en la legislación venezolano

El Código de Comercio de 1862, incorpora por primera vez en la legislación venezolana la figura de los actos de comercio, siguiendo el modelo del código francés y unas breves reminiscencias del código español. En este orden de ideas Sanojo (1862) señala que en el artículo segundo del referido código, se establece los actos objetivos y subjetivos de comercio, al indicar:

Presunción sobre la calificación de los actos de comercio... esta lei establece que han de presumirse como actos de comercio las obligaciones y contratos ocurridos entre comerciantes y de aquí deducimos que cuando se presente un acto en cuya calificación queda duda si ha ocurrido entre comerciantes deberá comprobarse que en él no se han verificado las circunstancias exigidas por la lei para que se le tenga como acto de comercio si se quiere que así se declare (pp. 176-177).

En este mismo sentido, Borjas (1973) señaló “El acto de comercio, tal como lo concebimos hoy, aparece por

primera vez en el Código Francés de 1807” (p.137). Por su parte, Morles (2004) precisa “El sistema adoptado desde el primer código es el sistema mixto del Código francés: objetivo, porque delimita la materia mercantil sobre la base del acto de comercio (...) (p.24).

El código de comercio de 1873 según Barboza (2007), es inspirado en la redacción del “código francés, español y del Código Chileno de 18652 (p.7), y contempla una ampliación de la identificación de los actos de comercio objetivos. Posteriormente en el Código de Comercio de 1919, solo se realizó un ajuste de redacción en cuanto el señalamiento e identificación de los actos de comercio absolutos, y se mantiene así hasta el Código de Comercio actual que data del año 1955.

Evidentemente, los actos de comercio establecidos en el Código de Comercio venezolano vigente, responden a una realidad social e histórica del siglo XVIII. Sin embargo, el redactor del Código de Comercio, expresa y plasma a saber dos tipos de actos de comercio: los actos de comercio objetivo, y los actos de comercio subjetivo.

Los actos de comercio objetivo, están contemplados a través de una enumeración enunciativa de veintitrés ordinales del artículo 2 del Código en comento, y al efecto el encabezado del referido artículo dispone “Son actos de comercio, ya de parte de todos los contratantes, ya de parte de algunos de ellos solamente: (...)”. Valeri (2004) en este orden de ideas señala:

De esta enumeración se derivan una serie de actos de comercio, que se encuentran previstos dentro de los respectivos ordinales. A estos actos se les denomina actos de comercio objetivos, porque están establecidos en el Código de Comercio bastándose a sí mismos, sin necesidad de tener que recurrir a otros elementos de juicio para poder determinarlos (presunción *juris et jure*); y porque toma en cuenta la sola naturaleza del acto, que es dada por el citado artículo y por quienes intervienen en él. (p.41)

Por ello, poco importa la cualidad del sujeto que ejecute el acto que este comprendido como de comercio; pues solo interesa para los mercantilistas, que la operación como tal, encuadre dentro de la enumeración enunciativa del

artículo 2 del Código de Comercio, ya que la ley tiene por cierto el acto como tal sin necesidad de que éste sea probado. De la misma manera vale mencionar que, el redactor de la norma, hace una enumeración enunciativa, más no taxativa, de los actos de comercio objetivo, por lo que deja abierta la posibilidad que cualquier otra operación de comercio que pueda de manera análoga encuadrar dentro de las premisas o supuestos de hecho puede ser catalogada como actos de comercio en sentido objetivo.

En tanto, la segunda tipología de actos de comercio, responde a los actos de comercio subjetivos, que están expresados en el artículo 3 del Código de Comercio cuando reza: “Se reputan además actos de comercio, cualesquiera otros contratos y cualesquiera otras obligaciones de los comerciantes, si no resulta lo contrario del acto mismo, o si tales contratos y obligaciones no son de naturaleza esencialmente civil.”. En este sentido Valeri (2004) afirma:

...como no está específicamente expresado en la ley, sino que es

consecuencia de la interpretación extensiva y analógica, tomando en cuenta la intervención del comerciante, las excepciones de ley, para su análisis se parte del contrato y la obligación del comerciante, lo cual hace presumir que, la operación efectuada es un acto de comercio. (p.47).

Por ello se está en presencia de una presunción es *juris tantum*, pues admite prueba en contrario, tal como se evidencia de la parte in fine del artículo cuando se dispone: “si no resulta lo contrario del acto mismo, o si tales contratos y obligaciones no son de naturaleza esencialmente civil”.

2. Caracterización del concepto acto de comercio.

El legislador mercantil venezolano, no precisa una definición de actos de comercio. Al efecto, sólo presenta una clasificación de actos de comercio, en actos de comercio objetivos y actos de comercio subjetivos, por lo que la labor de los doctrinarios patrios, juega un papel preponderante a la hora de establecer un concepto de acto de comercio.

Valeri (2004) señala “El Acto de Comercio, en sentido general, se entiende como la operación producto de la actividad comercial de sus intervinientes y no solamente como obligaciones y contratos particularmente individualizados” (p.38), en función de lo anterior, debe señalarse que, el acto de comercio se entiende como operaciones en masa y para las masas, que conllevan la realización de “varios actos jurídicos entre los cuales existe una vinculación desde el ángulo social y económico” (Goldschmidt, 2003, p.81) pues de lo contrario, sería discurrir en una apreciación aislada de la actividad comercial, basada en el contexto propio, exclusivo y excluyente de los actos jurídicos.

La conceptualización del acto de comercio debe cimentar sus bases en la premisa de, realización o ejecución de actividades económicas simples o complejas, en masa y para las masas que pertenecen al mundo del comercio y exteriorizan la actividad mercantil, que se realizan a través del intercambio de bienes y servicios, y la mediación de personas, con el objeto de procurarse

una ganancia o lucro, e inexorablemente genera consecuencias jurídicas, sociales y económicas. De conformidad con lo anterior, y para caracterizar el concepto acto de comercio se debe considerar lo siguiente:

El acto de comercio no es sinónimo de acto jurídico propiamente dicho ya que el acto de comercio, comprende la realización de diversas operaciones, hechos, o actividades mercantiles y comerciales que interesan al Derecho por las consecuencias jurídicas que generan y que están reguladas por la ley mercantil.

El acto de comercio, es la manifestación típica de la actividad mercantil, sea esta objetiva o subjetiva; por ello precisa del intercambio de bienes y servicios, así como de la intermediación, circulación y especulación.

Las actividades que presenta en el artículo 2 *eiusdem*, no agota los actos de comercio de comercio objetivos previstos en los 23 ordinales, pues es una enumeración enunciativa que deja abierta la posibilidad de encuadrar otros actos de

comercio que por leyes especiales de carácter mercantil surjan en el contexto de las actividades negociales o comerciales. En tanto que las actividades de comercio subjetivas no están expresamente dispuestas en el artículo 3 del Código de Comercio; en tal sentido Valeri (2004) señala “son consecuencias de la interpretación extensiva y analógica, tomando en cuenta la intervención del comerciante, las características del acto de comercio y las excepciones de ley” (p.47).

Y el concepto de acto de comercio actualmente, debe extenderse a las actividades que profesionalmente realice un comerciante y que incidan en la esfera de la actividad mercantil, utilizando para ello mecanismos tradicionales, o “el desarrollo tecnológico de la empresa a través de sistemas informáticos” (Barboza, 2007, p.70), ya que la usanza de ambos mecanismos para llevar a cabo el acto de comercio, bien en forma separada o grupal, generan consecuencias jurídicas que impactan dentro del marco del Derecho mercantil y del Derecho fiscal, a través de la consolidación y desarrollo del comercio

tradicional, y la apertura del comercio electrónico.

II. Del comercio electrónico

1.- Definición

Las particularidades del comercio electrónico están dadas por la forma en que los actores (demandante – oferente) interactúan, como por la nueva dimensión que adquieren las funciones de tiempo y espacio (mercado). Al efecto, el comercio electrónico no altera el fin último del comercio, que es consolidar o llevar a feliz término el acto de comercio, a través de los mecanismos que al efecto dispongan las Tic's, empero, “los actores pasan a cumplir nuevos roles, operando en un nuevo ámbito y siguiendo los lineamientos de nuevos principios”. (Gariboldi, 1999, p.3). Por tanto, lo que caracteriza al comercio electrónico, son las nuevas acciones que, asumen y tienen los participantes dentro del comercio, así como el tiempo y espacio en el que se realiza. De allí la importancia de presentar algunas definiciones doctrinarias de comercio electrónico.

El comercio electrónico es definido de manera amplia por Sarra (2000), al señalar que éste comprende “cualquier transacción comercial efectuada por medios electrónico vale decir, incluye la utilización del fax, telefax, el teléfono, los EDI (*electronic data interchange*) e internet.” (p.278). Arrieta (2006) esboza el sentido restringido de la definición de comercio electrónico, al señalar que es “el realizado a través de redes (abiertas o cerradas) mediante la relación entre oferta y demanda, mediante la utilización de herramientas electrónicas y de telecomunicación.” (p.111).

Ambas definiciones, describen de manera precisa lo que debe entenderse por comercio electrónico. Sin embargo, la presentada por Sarra incurre en obsolescencia doctrinal, al nombrar y enumerar los medios tecnológicos que deben y pueden ser utilizados para llevar a cabo el comercio electrónico, pues con el paso del tiempo las tecnologías pueden superarse. En tanto que la definición de Arrieta, precisa los componentes presentes en toda operación comercial como son la oferta y la demanda, además de indicar que el medio para llevar a cabo

la operación comercial es el uso de herramientas electrónicas y tecnológicas sin discriminar tales.

2. Características

Arrieta (2006) señala como particularidades o características resaltantes del comercio electrónico las siguientes:

- a) Se transnacionalizan los efectos de las operaciones comerciales, dado que los límites geográficos y políticos carecen de importancia, puesto que se realizan fundamentalmente mediante la utilización de redes abiertas, como por ejemplo la red internet que, por su propia naturaleza acorta las distancias (...).
- b) Ausencia de barreras de entrada, puesto que la rapidez, facilidad y relativamente bajo costo que implica para una persona o empresa realizar operaciones comerciales electrónicas que impliquen la oferta de bienes y servicios por internet.
- c) Necesidad de una regulación uniforme que permita la solución de las disputas de carácter comercial, generadas como consecuencia de las operaciones

comerciales realizadas en lugares distantes (...).

d) Necesidad de actualización y adecuación del marco legislativo regulador de las operaciones comerciales.

e) La consecución de normativa de carácter internacional con un carácter uniforme que permita una regulación más o menos equitativa para las operaciones de carácter electrónico. (pp. 114-115).

En cuanto a la transnacionalización de los efectos de las operaciones comerciales, se debe compartir lo señalado por Arrieta, ya que el comercio electrónico debe ser realizado bajo el uso de redes tecnológicas abiertas, para poder romper las barreras: políticas, geográficas, entre otras.

En referencia a la ausencia de barreras de entrada, vale mencionar que Arrieta señala “La apertura, consecuencia innegable del comercio electrónico, logró cambiar el modo en que la operación comercial es conducida, permitiendo una verdadera interrelación entre las partes, y un mayor grado de competitividad” (Arrieta, 2006, p.6). Ello en razón de que

el comercio electrónico permite un nuevo desafío para los mercados económicos y sus participantes bien en calidad de oferentes o demandantes, lográndose la apertura a nuevas y más amplias gamas de mercados económicos dentro del orbe.

En lo que concierne a la regulación uniforme que permita dar solución a las disputas de carácter comercial, ello se convierte en una necesidad para instituir mecanismos jurídicos aplicables que permitan solventar las dificultades entre oferentes y demandantes que, por no encontrarse en un mismo entorno espacial en un momento determinado, ven en el comercio electrónico una alternativa poco atractiva por la inseguridad jurídica producto de la falta de una la regulación legislativa uniforme.

3. Tipos de comercio electrónico.

Las tipologías del comercio electrónico varían según las partes involucradas en la operación comercial y la particular manera de llevar a cabo la actividad comercial. Al efecto:

3.1.- Por los sujetos intervinientes en la transacción comercial: en este sentido Seoane (2005) dispone que:

B2B o businnestobusines: Se refiere al comercio electrónico entre empresas. Abarca el comercio de bienes o servicios, como las transacciones de información relacionada con procesos comerciales entre empresas, lo que hemos llamado e-business. Es una evolución de los procesos de intercambio electrónico de datos, ya existentes antes de la generalización en el empleo de internet como plataforma para realizar negocios.

B2C o businnestoconsumer: Se refiere al comercio electrónico entre empresas y consumidores finales. Es lo que normalmente todo el mundo entiende por comercio electrónico,

C2C o consumertoconsumer: Se refiere al comercio electrónico entre consumidores finales en donde unos actúan como vendedores y otros como compradores.

A2B o administratiomtobusines: Es el comercio electrónico entre la Administración y las empresas. Se refiere a la prestación de servicios por parte de la Administración a las empresas, como auditoras, certificaciones de calidad o de denominación de origen, promoción exterior. Etc (p.5)

De lo anterior debe puntualizarse que, según las partes que intervienen en

la negociación comercial electrónica existen:

1.- Comercio entre empresas, también conocido como el *b2b*: constituye la actividad pionera en la utilización de las nuevas tecnologías, debido al uso de la transferencia electrónica de datos. En la actualidad se están creando nuevas redes de comunicación diseñadas para la aplicación del comercio electrónico, que permitan realizar las transacciones en un entorno más seguro que el de Internet.

Así la usanza de redes de conexión internas o privadas como la *extra-net* o *intra-net*, entre empresas conocidas, permite el intercambio de bienes y servicios comerciales, con el agregado de la seguridad pues la negociación establece entre dos sujetos conocidos, y no, bajo una red abierta de acceso al público en general, como lo es Internet. Empero, este tipo de comercio electrónico genera lo que en muchos casos se cree como monopolio empresarial mayorista, pues se excluye de dichas operaciones la actuación de terceros como intermediarios, Estado y consumidores directos.

2.- Comercio entre empresa y consumidor o representado a través de las siglas *b2c*: viene a constituir la transacción electrónica, que se realiza entre la empresa y el consumidor, teniendo en Internet, el gran medio para la comercialización actual. Este tipo de relación empresa-consumidor, genera actualmente la proliferación de nuevas empresas, llamadas empresas virtuales o digitales, que solo requiere de un alojamiento en la red (*hosting*), para estar dentro del mercado.

3.- Comercio entre las empresas y la administración o como es conocido bajo las siglas *b2a*: constituye el comercio que se verifica entre las empresas que realizan transacciones comerciales actuando como proveedores de la Administración Pública.

4.- Comercio entre consumidores, presente a través de las siglas *c2c*: esta clase de comercio, se verifica entre particulares o usuarios los que interactúan entre sí, realizando transacciones comerciales o intercambios de información bien como vendedores y otros como compradores.

3.2. Por el bien o servicio objeto de comercialización:

3.2.1.- El comercio electrónico *off-line*: comprende según Seoane (2005): “el conjunto de servicios de soporte al cliente, realizados a través de Internet, en los que no interactuamos con el cliente en tiempo real.” (p.170), destacando dentro de los servicios el correo electrónico, líneas de preguntas frecuentes, documentación en la página web entre otras. De allí que este tipo de servicio, dentro del comercio electrónico no es interactivo. La relación es máquina y consumidor, a través de la información alojada en una página web, o bien por medio de la información enviada usando correo electrónico.

Importante aclarar que el proceso de la operación comercial, no se lleva totalmente a través los mecanismos y herramientas aportadas por las TIC's, ya que la mayoría de actividades comerciales en este tipo de comercio indirecto u *off-line*, exige la presencia de bienes tangibles y la prestación de servicios.

Vale decir, la entrega del bien tangible nunca podrá hacerse a través de los medios electrónicos, pues la naturaleza del objeto o bien o servicio hace imposible dicha pretensión; *verbigracia*, la compra que se hace por Internet de un ticket o entrada para una película en cine, realizando el pago por vía electrónica con tarjeta de crédito, para luego ser retirada en la taquilla del cine es un ejemplo fehaciente de ese tipo de contrato, ya que, en la operación comercial o acto de comercio (compra-venta) que se verifica entre una empresa y un consumidor no se requiere de la presencia física de algún empleado del cine.

El acto de comercio se realiza con una máquina que está previamente programada para ello, pero, para la entrega del bien debe aplicarse las mismas normas que se usan para las transacciones que se realizan de manera tradicional y física. De allí que esta modalidad da nacimiento al comercio electrónico indirecto pues el cien por ciento de la operación no se efectúa por las herramientas o medios que ofrecen las TIC's, de allí que pueden

comercializarse servicios y bienes materiales, es decir físicamente percibidos por los sentidos.

3.2.2.- El comercio electrónico *on-line*: comprende lo que se conoce como el comercio electrónico directo, pues la interrelación entre cliente y empresa, es totalmente en tiempo real a través de los mecanismos que al efecto las TIC's colocan a disposición, para la realización de las actuaciones propias del comercio, vale decir, oferta, aceptación, pago y entrega del bien creando una apariencia de mercado virtual.

En relación con ello, Laso e Iglesias (2002) opinan que: “esa estructura es lo que se denomina como el *e-Mercado* puesto que, hay una comunidad conectada a Internet donde los compradores y vendedores se reúnen para comunicarse, colaborar y realizar negocios”. (p.142). Reforzando esta definición Marín (2004) señala que de las “operaciones comerciales on-line debe entenderse aquellas que se desarrollan enteramente por medios electrónicos, inclusive la entrega del bien o la prestación del servicio.” (p.27).

De allí que de este tipo de mercado y consecuentemente esta forma de comercio electrónico *on-line* requiera de:

El uso de Internet en forma activa de parte de la empresa u oferente para de esta manera dar a conocer los bienes o servicios desmaterializados o digitalizados que posea el comerciante a través de tiendas virtuales – que deben ser asimilada como una sucursal de la empresa-, además de la presencia electrónica de parte de los contratantes es decir, y la existencia de servicios pre y post venta, que incluye algunas actividades tales como formularios para pedidos o reclamaciones, carros de compra, informaciones sobre tarifas, sistemas de envío o situación logística de los pedidos, y en algunos casos la opinión de otros clientes que puede influir positivamente en la logro del negocio; así como el pago realizado en línea a través de medios electrónicos (tarjetas de créditos o monederos electrónicos); y una distribución electrónica, vale decir, sistema de servicio de envío y entrega por el hecho de que la mayoría de los bienes y servicios son desmaterializados.

4.- Validez de las operaciones de comercio electrónico.

El comercio electrónico debe ser entendido como, toda operación o actividad que permite la transferencia de bienes y servicios por vía electrónica. Como actividad negocial comprende, actos previos y posteriores a la realización efectiva del intercambio del bien o servicio a cambio de la cantidad de dinero. Algunos de estos actos, pueden ser realizados a través de medios electrónicos, o por el contrario, la totalidad de los actos son ejecutados por medios electrónicos.

De allí que valga la pena determinar la validez de las operaciones de comercio electrónico en Venezuela, para ello se hace necesario traer a colación los principios que regulan el funcionamiento del sistema de seguridad jurídica en el comercio electrónico: a.) equivalencia funcional; b.) neutralidad tecnológica; c.) imposibilidad de alterar el derecho preexistente de obligaciones y contratos; d.) buena fe y e) libertad

contractual. Mattutat (2009) señala en este orden de ideas:

Los principios que inspiran el Derecho del Comercio Electrónico han sido reconocidos y delimitados en todas las legislaciones que contemplan normas en esta área del Derecho, entre estas la venezolana, en la cual son esbozados y desarrollados en la Exposición de Motivos de la Ley Sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas del año 2001. Estos principios son; la equivalencia funcional, la neutralidad tecnológica, la inalteración del Derecho preexistente de obligaciones y contratos, la libertad contractual y la buena fe; en ellos se encuentra el fundamento para el reconocimiento de la validez jurídica del documento electrónico y la firma electrónica, dos instituciones básicas en los procesos de electrificación. (p.117)

a) *Equivalencia funcional*: este principio se relaciona con que el documento en soporte papel con firma autógrafa y, su par documento en soporte informático que contenga firma electrónica o digital, produzcan los mismos efectos, sin que exista exclusión por el sustentáculo en que este soportado

el documento, así lo señala Brandt (2001) al exponer:

Existe la tendencia mundial para asimilar los documentos electrónicos y las firmas electrónicas a sus contrapartes del mundo material, por lo que en última instancia, y por mandato de ley, dichos documentos electrónicos deberán ser considerados y no discriminados, incluyendo aquí a los avisos de las páginas Web (p.39).

Monsalve (2008) con respecto al referido principio señala:

El principio *in comento*, es una manifestación legal de equivalencia entre la voluntad emitida por escrito y la emitida electrónicamente y asegura a quienes usan ésta última, la certidumbre de que los efectos jurídicos deseados se van a generar y a consentir por la ley aun y cuando no hayan sido empleado ninguno de los medios tradicionales admitidos para su declaración (p.p.159-160)

En tal sentido, no pueden permitirse discriminaciones ni distinciones de ninguna especie en relación con los efectos jurídicos que produzcan los documentos y actos soportados por medios tradicionales y los documentos y actos soportados por medios

electrónicos, pues como lo señala Illescas (2002) “la función jurídica que en toda su extensión cumple la instrumentación escrita y autógrafa o eventualmente su expresión oral respecto de cualquier acto jurídico la cumple igualmente se instrumentación electrónica... (p.11)”.

b) *Neutralidad tecnológica*: este principio, se basa según Rico (2005) “en el respeto al uso de cualquier tecnología que se utilice o pueda usarse en el futuro a efectos de transmitir un mensaje de datos o insertar una firma electrónica, por lo tanto implica no favorecer unas tecnologías sobre otras” (p.69). Ello en función de, evitar obsolescencias legales y tecnológicas, pues si se expresa en una ley el uso de determinada tecnología, con el pasar del tiempo ésta puede estar desfasada frente a las tecnologías futuras, de allí que, la existencia de instrumentos y actividades electrónicas, tendrán reconocimiento legal, sin importar su formato en una determinada tecnología.

c) *Imposibilidad de alterar el derecho preexistente de obligaciones y contratos*: Rico (2005) señala que “los elementos esenciales del negocio jurídico no deben

modificarse cuando el contrato se perfecciona por vía electrónica, ya que se trata sólo de un nuevo medio de representación de la voluntad negocial” (p.71). De allí que, las operaciones de comercio electrónico, han de ser analizadas a través de las normas existentes del derecho, tomando en cuenta el Código de Comercio (1955) que regula los actos de comercio y el Código Civil (1982) que contempla lo concerniente al derecho contractual venezolano, ya que, la materia de las operaciones de contratación electrónica deben ser analizadas con los instrumentos *supra* referidos, ya que las Tic's solo deben ser vistas como un mecanismo para la transmisión de la operación, así lo asevera Illescas (2001):

Las normas de la contratación electrónica solo han de permitir la adecuada aplicación del Derecho preexistente con respecto a la validez y la prueba de las declaraciones emitidas por vía electrónica, lo que implica el reconocimiento de una nueva forma de exteriorización de las declaraciones de ciencia o de voluntad; solo en ese sentido deben alterar las disposiciones anteriores. (p.94)

d) *Buena fe*: el principio de la buena fe parte del artículo 1.160 del Código de Comercio venezolano, pues se infiere de la norma, que en los contratos que se celebren las partes deben actuar con buena fe. Illescas (2001) señala que para las operaciones de contratación electrónica: “se amerita de una máxima buena fe entre las partes (*uberrimae bona fidei*).” (p.55). Ello es lógico en este tipo de contratación, pues las partes pueden no conocerse, o no estar en el mismo lugar físico y consecuentemente se necesitará de la confianza, seguridad y honorabilidad de ambas partes durante todas las fases de las operaciones comerciales electrónicas.

e) *Libertad contractual*: en cuanto a este principio Rico (2005) señala “La libertad contractual implica dos cosas, por una parte, la elección del medio empleado en las negociaciones y por la otra, la libertad para incluir las cláusulas o convenios que consideren necesarios a efectos de regir sus relaciones” (p.73). En este sentido, vale indicar que allí se encuentra la base que permite que las relaciones contractuales mercantiles, puedan ser realizadas a través de operaciones de

comercio electrónico, si así lo disponen las partes involucradas, siempre y cuando esa libertad de pacto no sea atentatoria de las normativas legales vigentes.

Como corolario, debe puntualizarse que las operaciones realizadas a través de comercio electrónico, son reconocidas como válidas jurídicamente, ello en aplicación de los cinco (05) principios antes mencionados, y, lo preceptuado en el artículo 15 del Decreto con rango y fuerza de Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas (2001) el cual reza: “En la formación de los contratos, las partes podrán acordar que la oferta y la aceptación se realicen por medio de un mensaje de datos”.

III. Del documento electrónico y del documento digital:

1.- Generalidades

Desde su origen en el imperio chino doscientos años a.C., el documento, fue concebido como un soporte de registro realizado en papel. Empero, no es sino hasta la década de los años 60 del siglo próximo pasado y

gracias a la aparición de Internet, que la consideración anterior fue desvirtuada, ya que se transmitió y, se registró información por medio de mensajes de datos a través de dispositivos electrónicos, dando paso a las actuaciones soportadas en mecanismos electrónicos, debido a que lo único que cambia es el sustentáculo en el que es registrada, enviada y almacenada la información.

En este sentido Álvarez Cienfuegos, citado por Rico (2005) señala: “El documento como una realidad corporal refleja una realidad fáctica con trascendencia jurídica, no puede identificarse con el papel como soporte, ni con la escritura como unidad de significación.” (p.97). Por ello, hoy en día, a nivel mundial, se contempla la validez tanto del documento tradicional en soporte papel como del documento soportado en sustentáculo electrónico.

2.- Distinción entre el documento electrónico y del documento digital.

El sustentáculo electrónico, puede dar nacimiento a dos clases de documentos: el documento electrónico y

el documento digital, que son utilizados en el argot popular indistintamente. En este orden de ideas, vale traer a colación la aseveración de Lamarca (2011):

A menudo se identifica un documento electrónico con un documento digital, sin embargo, no son la misma cosa. Los términos electrónicos y digital no son sinónimos, aunque suelen utilizarse como tales en los pares biblioteca electrónica/biblioteca digital, libro electrónico/libro digital, edición electrónica/edición digital, información electrónica/información digital, documento electrónico/documento digital, etc. (s/p)

Rico (2005) citando a Barriuso (1998) señala, “el documento electrónico o informático, se concibe como un medio de expresión de la voluntad con efectos de creación, modificación o extinción de derechos y obligaciones por medio de la electrónica, informática y la telemática” (p.97).

Craso error es afirmar que, el documento electrónico y el documento digital se identifiquen con la misma significación, pues, el documento electrónico, debe ser entendido según

Rico (2005) como “el generado por los medios electrónicos tradicionales” (p.97), vale decir, el teléfono, el telefax, los sistemas electrónicos de pago, los dispositivos electrónicos móviles, además de Internet, que puede ser comprensible a simple vista por el ojo humano.

En tanto que el documento digital o informático según Rico (2005), “se caracteriza principalmente está escrito en un lenguaje binario, no inteligible de modo natural sino a través de la intervención de la máquina que se encarga de su traducción, y se encuentra almacenado en una memoria informática”. (p.98). Ese lenguaje binario del documento digital o informático, codifica la información a través de bits.

Lamarca (2011) en este orden de ideas señala:

Todo documento digital es un documento electrónico pero no ocurre lo mismo al revés, no todo documento electrónico es un documento digital. Un documento electrónico puede ser bien analógico, bien digital. ... Lo que distingue un medio electrónico de un medio digital es, por una parte, la forma en que está codificada la información y, por otra, la

necesaria mediación de un ordenador para descodificar esta información. En el caso de un documento digital, la información está codificada en bits, y para leer, visualizar o grabar la información se precisa de un dispositivo que transmita o grabe información codificada en bits. (s/p)

De acuerdo con este enfoque, el documento electrónico y el documento digital o informático aunque pertenecen a la gamma o género del documento generado por medios electrónicos, no son de la misma especie. Ello debido a que el documento electrónico como medio de expresión de la voluntad de los contratantes, es generado por los medios electrónicos tradicionales y puede ser apreciado bajo el sentido de la vista. En tanto, el documento digital o informático está soportado en un lenguaje ininteligible de modo natural, pues la información está codificada en bits, generando esta especie de documento, la posibilidad de emisión, trasmisión y recepción de actos digitales, en los que tienen cabida la prestación de servicios desmaterializados, intangibles, incorporables y digitalizables.

IV. De la actividad comercial digital

La actividad comercial contemporánea permite que, en las operaciones en masa y para las masas, se vinculen actividades que salen de la concepción simplista del acto de comercio objetivo y del acto de comercio subjetivo contemplados en el Código de Comercio.

El texto de la Constitución vigente, consagra el reconocimiento por parte del Estado de todo lo relacionado con las tecnologías y sus aplicaciones al servicio de diferentes ámbitos, dentro de los cuales vale mencionar los movimientos llevados a cabo en el aspecto económico, a través de operaciones y actos comerciales realizados por los medios que las TIC's dispongan (sean estos medios electrónicos propiamente dichos, o, digitales o informáticos). Por ello, el comercio electrónico llevado a cabo por un acto de comercio desmaterializado, intangible, incorporable, y digital, merece ser considerado como parte integrante de las actuaciones, operaciones y negociaciones que forman parte de la

actividad económica-mercantil del país, y que incide en la generación de un nuevo acto de comercio que repercute tanto en materia mercantil y fiscal venezolana.

1.- El acto de comercio digital

El acto de comercio digital, no está contemplado como tal en la legislación patria, ni está doctrinalmente definido; sólo existen algunos visos en leyes especiales no mercantiles que, tímidamente dejan leer entre líneas la presencia de actos de comercio digitales.

Al efecto, la Ley que establece el Impuesto al Valor Agregado (2007) contempla en el numeral 3 del artículo 3, lo referente a la prestación de servicios, y establece un apartado referente a la cesión de uso de bienes incorporeales, de donde destacan: las marcas, patentes, derechos de autor, obras artísticas e intelectuales, proyectos científicos y técnicos, estudios, instructivos, programas de informática y demás bienes comprendidos y regulados en la legislación sobre propiedad industrial, comercial, intelectual o de transferencia tecnológica, entre otros.

La naturaleza de la actividad (prestación de servicios: cesión de bienes incorporeales), despierta la posibilidad de realizar estas operaciones o actos de comercio electrónico digitales, que inexorablemente requiere de la usanza del comercio electrónico directo u *on-line*.

En tal sentido, las fases previas y posteriores a la operación comercial de prestación de servicios de bienes inmateriales o incorporeales, se debe llevar a cabo solo por vía electrónica *on-line*, ya que, es materialmente imposible que el acto de comercio se verifique de manera física, pues la naturaleza del bien objeto de la prestación del servicio presenta como características la incorporeidad, la inmaterialidad y la intangibilidad, dando paso al nacimiento de los actos de comercio digitales.

Una aproximación para comprender el acto de comercio digital, es la regulación de los contratos a distancia, presentada en la Directiva 2011/83/UE, dentro de la Unión Europea. Esta directiva, tiene por objetivo la creación de un mercado europeo de la venta a distancia, y en su artículo 2 establece:

Contrato a distancia: todo contrato celebrado entre un comerciante y un consumidor en el marco de un sistema organizado de venta o prestación de servicios a distancia, sin la presencia física simultanea del comerciante y del consumidor, y en el que se han utilizado exclusivamente una o más técnicas de comunicación a distancia hasta el momento en que se celebra el contrato y en la propia celebración del mismo.

De allí que, deba considerarse al acto de comercio digital, como el conjunto de actos y operaciones llevadas a cabo a través del comercio electrónico *on-line* desde sus fases previas y posteriores a la actividad comercial, debido a que la naturaleza del bien exige que el soporte de la operación sea digital o informático, por ello, es menester la no la presencia física simultanea del comerciante y del consumidor, así como de ninguna fase física pues vulneraría la figura de comercio electrónico digital.

Verbigracia, la operación de compra y venta de un *software*; la oferta, pedido, pago y entrega del servicio deberá hacerse por medios electrónicos digitales, en donde debe imperar la

ausencia física simultanea de las partes contratantes. El *software*, como bien inmaterial, e incorporal, se codifica a través de bits que viajan digitalmente para ser transmitidos al ordenador del comprador. Este como receptor del servicio debe poseer un ordenador previamente localizado, en el cual se va a descargar automáticamente el programa en cuestión, verificándose así la entrega digital del servicio de un bien desmaterializado. El pago del referido servicio, se realiza por medio electrónico a través de monederos electrónicos o tarjetas de crédito.

Todo lo antes expuesto permite, la electronificación de las operaciones mercantiles, y la aplicación del acto de comercio digital, el cual será equivalente al acto de comercio tradicional.

2. Posibilidad de regulación legal en el derecho venezolano del acto de comercio digital.

Para establecer si es posible regular legalmente en el derecho venezolano el acto de comercio digital, tomar en consideración algunos instrumentos jurídicos vigentes.

La Constitución de la República (1999), dispone en el artículo 110*eiusdem*, el reconocimiento que hace el Estado a todo lo relacionado con las TIC's y las aplicaciones de estas en los diversos ámbitos del quehacer diario. En concordancia con esta disposición constitucional, debe mencionarse el artículo 112 de la misma carta, que consagra el principio de la libertad de actuación económica que tienen todos los ciudadanos, sin más limitaciones a lo establecido en la Constitución, las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. Ambas disposiciones constitucionales, permiten enlazar o promover la evolución del marco jurídico patrio en lo que concierne a las actividades comerciales realizadas por medios electrónicos y consecuentemente, el acto de comercio digital.

Dentro del marco jurídico venezolano, destaca el Código de Comercio vigente, pues la expresión “acto de comercio”, es sinónimo de actividad mercantil. Sin embargo, este conjunto de normas sistematizadas,-que data del año

1955- sólo precisa la enumeración enunciativa de actos de comercio objetivos, y plasma la premisa de existencia de actos de comercio subjetivos. Empero, el actos de comercio digital no forma parte de los actos de comercio objetivos, ni subjetivos. Ello en razón de que, el Código fue redactado en un contexto histórico distinto al que debe enfrentarse la actividad económica-comercial contemporánea.

No obstante, debe acotarse que al no prohibir expresamente el redactor del Código de Comercio vigente la inclusión de la figura “acto de comercio digital”, puede incorporarse como una actividad análoga a los actos de comercio tradicionales. En este orden de ideas Goldschmidt (2003) señala “Así, es posible considerar como actos de comercio a otros actos no mencionados, por vía de analogía” (p.82).

El Código Civil vigente, también forma parte del marco jurídico que permite incorporar el acto de comercio digital, debido a que el acto de comercio digital, se celebra mediante un acto jurídico conocido como contrato. En este punto, se debe hacer referencia obligada

a la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los derechos de los consumidores ya que, el contrato que origina el acto de comercio digital, es el contrato a distancia.

El contrato a distancia, no está regulado en Venezuela. En contraposición a ello, la legislación patria permite como contrato válido, el contrato entre no presentes, el cual ha sido considerado por Barboza (2007) como aquel en que “los contratantes no se encuentran entre sí en comunicación directa inmediata con la voz o con señas, cualquiera que sea la distancia material que los separe” (p.350). y para que se produzcan las consecuencias jurídicas es necesario tomar en cuenta lo dispuesto tanto en el artículo 1137 del Código Civil venezolano y el 112 del Comercio, ello en razón de la teoría del conocimiento (el contrato se perfecciona cuando llega a conocimiento del oferente la noticia de la aceptación) junto con la teoría de la recepción (la aceptación debe llegar a manos del proponente), que son aplicadas en el derecho mercantil venezolano, para determinar la formación del contrato entre no presentes.

El Decreto con rango y fuerza de Ley de Mensaje de Datos y Firmas electrónicas (2001), establece en el Capítulo II artículo 4 la eficacia probatoria, del mensaje de datos, y como se dejó sentado en líneas anteriores, el acto de comercio digital conlleva la existencia de operaciones jurídicas sobre servicios que versen en bienes intangibles, inmateriales, informáticos, y digitales, y por tanto la referida actuación debe ser legalmente considerada como válida y eficaz.

El Decreto 825 del año 2000, declara el uso de Internet como política prioritaria para el desarrollo cultural, científico, político, social, económico del país. Este instrumento normativo, crea bases fundamentales para fomentar el uso y el acceso a Internet, que se traduce en la posibilidad jurídica de migración de usuarios a la práctica del comercio electrónico y del acto de comercio digital, todo ello soportado en el reconocimiento que se hace a través del referido Decreto.

La Ley Orgánica de la Administración Pública del año 2008, establece en el artículo 11, el deber que tienen los órganos y entes de

Administración Pública de utilizar las tecnologías que desarrolle la ciencia, como los medios electrónicos o informáticos y telemáticos, para su organización y relación con los administrados.

Ley de Tarjetas de Crédito, Débito, Prepagadas y demás Tarjetas de financiamiento o Pago Electrónico, este instrumento legal del año 2008, regula los aspectos vinculados con el sistema y operadores de tarjetas de crédito, débito, prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico.

La Ley que establece el Impuesto al Valor Agregado vigente, consagra en el capítulo 1 artículo 3, el hecho imponible de la prestación de servicios y dentro de este, se precisa la prestación de servicios y cesión de bienes incorpóreos, que solo podrán ser comercializados a través del acto de comercio digital.

Por tanto, aunque el acto de comercio digital no está expresamente regulado en los dispositivos normativos que consagran las TIC's como una opción frente a las actividades, actos y operaciones tradicionales, nada obsta,

para crear un cuerpo normativo que permita determinar reglas y normas, que hagan factible legalmente la creación y el desarrollo del acto de comercio digital y de esta manera actualizar las operaciones comerciales a las exigencias del entorno contemporáneo.

Consideraciones finales

Visto lo anterior, se puede colegir que:

1.- Los actos de comercio en Venezuela, aparecen regulados desde el primer Código de Comercio de 1863, hasta el vigente Código sin establecer el redactor de la norma, una definición clara de que se debe entender como tal, sino presentando en veintitrés numerales del artículo 2 una enumeración enunciativa, más no taxativa actos de comercio objetivos, y en el artículo 3 una enunciación de actos subjetivos, dejando esa tarea a los doctrinarios patrios, los cuales afirman que el acto de comercio contempla diversas actuaciones jurídicas y se caracterizan por ser operaciones en masas y para las masas, que repercuten en la economía del país.

2.- El comercio electrónico, es una modalidad del comercio contemporáneo que permite a través del uso de la tecnologías de la información y comunicación (TIC's) llevar a cabo operaciones mercantiles; para definirlo, la doctrina ha utilizado consideraciones amplias y restrictivas, pero de todas se debe considerar los componentes presentes en toda operación comercial como son la oferta y la demanda, además de indicar que las Tics' son el medio idóneo para llevar a cabo la operación comercial sin discriminar ni mencionar tecnología alguna. En este mismo sentido, debe puntualizarse que para caracterizar la figura en cuestión, debe: a) usarse redes tecnológicas, b) existir una verdadera interrelación entre las partes y un mercado global eminentemente competitivo, c) crear regulaciones estándares o mecanismos jurídicos aplicables que permitan atraer la confianza entre los usuarios de estos medios tecnológicos.

En cuanto a las tipologías del comercio electrónico, se debe puntualizar que ellas dependen de los sujetos intervinientes en la operación y, de la

particular manera de llevar a cabo la actividad comercial.

En Venezuela, la validez del comercio electrónico, tiene su asidero legal en los principios que regulan el funcionamiento del sistema de seguridad jurídica en el comercio electrónico: a.) equivalencia funcional; b.) neutralidad tecnológica; c.) imposibilidad de alterar el derecho preexistente de obligaciones y contratos; d.) buena fe y e) libertad contractual y en el contenido de los artículos 4 y 15 de la Ley de Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas.

3.- En cuanto al documento electrónico y el documento digital, se puntualizó las notables diferencias entre ambos, que radican por la manera en que es soportada, enviada, codificada y transmitida la información en cada uno de ellos, precisando que el documento electrónico usa los medios electrónicos tradicionales, en tanto que el documento digital, requiere del documento digital o informático soportado en un lenguaje ininteligible de modo natural, pues la información está codificada en bits.

4.- Por lo que corresponde al acto de comercio digital, se puntualizó que éste no está definido expresamente por las leyes vigentes ni por la doctrina patria. Empero, se evidencia en las prácticas comerciales contemporáneas la presencia de estos actos de comercio a través de la prestación de servicios sobre bienes intangibles, inmateriales, y digitales de los cuales hace una mención tímida la Ley que establece el Impuesto al Valor Agregado. De allí que por analogía el acto de comercio digital, debe ser considerado como parte de las operaciones comerciales, que tienen su equivalencia funcional en los actos de comercio tradicional.

Por todo lo antes expuesto se puede concluir que la tecnología avanza de manera positiva y arrolladora, modernizando las operaciones económicas-comerciales, consolidando nuevas figuras que inexorablemente, requieren de regulación legal. Ello es viable, debido a la no existencia dentro del ordenamiento jurídico patrio, de algún dispositivo que prohíba expresamente, la determinación de reglas o normas jurídicas, que impidan que las bondades

de las tecnologías de la información y comunicación, se hagan presentes en la aplicación de nuevas realidades jurídicas del acto de comercio. Aunado a ello, la presencia de progresividad de los nuevos textos legislativos nacionales, a partir de la entrada en vigencia de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, permiten acoplar las características propias del Derecho mercantil (rapidez en las transacciones, confiabilidad, seguridad, operaciones en masa y para las masas) en un contexto histórico-social contemporáneo adoptando nuevas figuras que deberán ser reguladas legalmente como es el acto de comercio digital.

Referencias

- Arrieta Zinger, M. (2006). *Las tecnologías de la información y las comunicaciones en su relación con la tributación*, Tesis de especialista no publicada, Universidad Católica del Táchira, San Cristóbal.
- Barboza, E. (2007). *Derecho Mercantil: manual teórico práctico*. 6ta Ed., Bogota: McGraw-Hill Interamericana.
- Borjas, L. (1973). *Instituciones de derecho mercantil. Los comerciantes*. Caracas: Ediciones Schnell.
- Brandt, L. (2001). *Páginas Web Condiciones, políticas y términos legales*. Caracas: Legis editores.
- Código Civil. Gaceta Oficial de la República de Venezuela, N° 2.990 (Extraordinaria), julio, 26 de 1982.
- Código de Comercio. Gaceta Oficial de la República de Venezuela, N° 475 (Extraordinaria), diciembre, 21 de 1955.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta oficial de la República de Venezuela, N° 5.453 en edición extraordinaria, de fecha 03 de marzo de 2000, con enmienda publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.908, en edición Extraordinaria, febrero, 19, de 2009.
- Decreto con Rango y Fuerza de Ley de Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 37.148, febrero 28 de 2001.
- Decreto con Rango y Fuerza de Ley Orgánica de la Administración Pública. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 5.890, julio 31 de 2008.
- Decreto presidencial mediante el cual se declara el acceso y uso de Internet como política prioritaria para el desarrollo cultural, económico, social y político de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 825, mayo 10 de 2000.
- Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los derechos de los consumidores de 25 de octubre de 2011, [Documento en línea]. Disponible: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0064:0088:ES:PDF> [Consulta: 2014, febrero 02]

- Gariboldi G. (1999). *Comercio electrónico: conceptos y reflexiones básicas*. Buenos Aires: BID-INTAL. Disponible: <http://www.iadb.org/wmsfiles/products/publications/documents/35311247.pdf> [Consulta 2013, mayo 17]
- Goldschmidt, R. (2003) *Curso de derecho mercantil*. Caracas: Editorial Texto C.A.
- Illescas, R. (2001). *Derecho de la contratación electrónica*. Madrid: Editores Civitas.
- Illescas, R. (2002). *La equivalencia funcional como principio elemental del derecho del comercio electrónico*. Derecho y Tecnología, 8 (1), 9-21.
- Lamarca, M. (2011). Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen. Disponible: <http://www.hipertexto.info/documentos/document.htm#OVarios> [Consulta: 2012, mayo, 15]
- Laso I., y M. Iglesia (2002). *Internet, comercio colaborativo y comercio; nuevos modelos de negocios*. Madrid: Ediciones Mundi-prensa.
- Ley de Tarjeta de Crédito, Débito, Prepagadas y Demás Tarjetas de Financiamiento o Pago Electrónico. Gaceta de la República Bolivariana de Venezuela, 39.021 de septiembre 22 de 2008.
- Ley que establece el Impuesto al Valor Agregado. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, No 38.632 (Extraordinario), 2007, febrero 26.
- Marín, M (2004). *Impuesto al comercio electrónico (E-Fiscalidad): La problemática fiscal del impuesto al valor agregado*. Revista de la Universidad del Externado Colombia [Revista en línea]. Disponible en: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/fiscal/article/view/2680>[Consulta: 2013, enero 13]
- Matuttat, M. (2008-2009). *La electrificación del procedimiento constitutivo de las sociedades mercantiles en Venezuela*. Derecho y Tecnología, 7 (5), 111-131.
- Monsalve, K. (2008-2009). *Valor jurídico de la firma electrónica en el sistema legal venezolano*. Derecho y Tecnología, 7 (7), 157-177.
- Morles, A. (2004). *Compendio de Derecho Mercantil I. Introducción, empresa, empresario, auxiliares del empresario*. Caracas: Publicaciones UCAB.
- Rico, M. (2005). *Comercio Electrónico Internet y Derecho* (2da ed). Caracas: Legis editores S.A.
- Sanojo, L. (1862). *Código de comercio explicado y comentado*. Caracas: Imprenta al vapor.
- Sarra, A. (2000). *Comercio Electrónico y Derecho. Aspectos Jurídicos de los Negocios por Internet*. Buenos Aires: Editorial Astrea.
- Seoane, E. (2005) *La nueva era del comercio: El comercio electrónico. Las TIC al servicio de la gestión empresarial*. Ideaspropias editorial: Vigo.
- Valeri, P. (2004). *Curso de derecho mercantil*. Caracas: Edicione