

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 1 N° 2, 2016. p.p. 75 - 90
ISSN 2539-3669
Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones
El comercio electrónico on-line y las operaciones de comercio digital en el derecho
venezolano
Guido Arturo Berti Guerrero
Mariana Buitrago

El comercio electrónico *on-line* y las operaciones de comercio digital en el derecho venezolano

E-commerce on-line and digital commerce operations in
Venezuelan law

Recibido: Septiembre 25 de 2014 - Evaluado: Enero 19 de 2015 - Aceptado: Mayo 12 de 2015

Guido Arturo Berti Guerrero*
Mariana Buitrago†

Para citar este artículo / To cite this Article

Berti Guerrero, G. A., Buitrago, M. (2016). El comercio electrónico on-line y las operaciones de comercio digital en el derecho venezolano. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 1(2), 75 - 90.

Resumen

El contexto histórico contemporáneo, exige de los ordenamientos jurídicos, evolución y adaptación a figuras y conceptos novedosos, gracias a las bondades de las tecnologías de la información y comunicación, que, inciden en el ámbito jurídico de las legislaciones vigentes. En tal sentido, el estudio de operaciones digitales dentro del comercio electrónico, es un tema que reviste interés dentro del derecho venezolano, debido a que cada día son más recurrentes las operaciones

* Profesor en el Área de Gerencia. Departamento de Ciencias Administrativas y Contables Universidad de Los Andes Núcleo Universitario “Dr. Pedro Rincón Gutiérrez”. Docente Investigador del Centro de Estudios de Frontera e Integración (CEFI). Doctorando en Ciencias Gerenciales.

† Profesora Asociada en el área Legal. Departamento de Ciencias Administrativas y Contables Universidad de Los Andes Núcleo Universitario “Dr. Pedro Rincón Gutiérrez”. Coordinadora local de la especialidad en Derecho Mercantil opciones: Sociedades y Tributos Empresariales. Especialista en Derecho Mercantil.

de comercio digital en la actividad mercantil patria; empero los instrumentos jurídicos vigentes, contemplan someramente esta figura o, simplemente no la regulan. Por ello, es importante considerar al comercio electrónico on-line llevado a cabo por un acto de comercio que revista caracteres de inmaterialidad, intangibilidad e incorporeidad, en un todo conformando la digitalización del acto de comercio, como parte de las operaciones y negociaciones de la actividad económica-mercantil del país.

Palabras claves: Acto de comercio. Comercio electrónico on-line. Operación de comercio digital.

Abstract

The contemporary historical context, requires jurisdictions, evolving and adapting to new concepts and figures, thanks to the benefits of information technologies and communication, which affect the legal scope of the regulations. In this sense, the study of digital operations within the e-commerce is a subject of interest in the Venezuelan law, because every day more recurring operations digital commerce activity mercantile country, however existing legal instruments, briefly contemplated this figure or simply not regulated. It is therefore important to consider the on-line e-commerce conducted by an act of trade magazine characters immateriality, incorporeal and intangible, in full digitization of the act forming the trade as part of operations and negotiations commercial-economic life activity.

Key words: Trading Act. Ecommerce online. Operation of digital commerce.

SUMARIO

Introducción. - Plan de redacción. - 1. De los actos de comercio. - 1.1. Generalidades del acto de comercio en la legislación venezolana. - 2. Del comercio electrónico. - 2.1. Generalidades. - 2.2. El comercio electrónico por el bien o servicio objeto de comercialización. - 2.3. Validez de las operaciones de comercio electrónico. - 3. De la actividad comercial digital. - 3.1. El acto de comercio digital en Venezuela. 3.2. Vinculación del acto de comercio digital en la legislación Colombiana. - Conclusiones. - Referencias.

Introducción

Las actividades mercantiles en todo el orbe, se caracterizan por ser actividades de masa y para las masas, en las que el lucro, el intercambio de bienes y servicios, y la intermediación de personas, caracterizan al comercio. Ello, tiene incidencia dentro de las diversas legislaciones, y genera efectos jurídicos que trastocan en lo económico, y se dejan apreciar en la esfera del derecho mercantil, así como en la del derecho fiscal.

Empero, con la aparición del avance de las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC), aplicadas al comercio, se ha dado un vuelco a las operaciones o actividades de comercio tradicionales. En este orden de ideas, la interposición de personas se ha visto reducida a su máxima expresión, producto de la posibilidad en comerciar, de manera directa que tienen los actores de la referida actividad, vale decir, consumidor-empresario, o empresario-empresario; o empresario Administración, dejando de lado, a los intermediarios de las operaciones o actividades mercantiles.

Así mismo, la particular manera de realizar el comercio tradicional, ha sufrido una transformación directa ya que, el espacio, el tiempo y la presencia física, quedan supeditados a un segundo plano; debido a operaciones llevadas a cabo por medio de las herramientas que las TIC colocan a disposición para obtener mayor rapidez en los llamados actos de comercio.

En tal sentido, el comercio electrónico, llevado a cabo a través del comercio electrónico directo u *on-line*, así como el comercio indirecto u *off-line*, trastocan las particularidades del comercio tradicional, dando paso a figuras nuevas o conceptos repotenciados que tienen una exigua regulación en las diversas legislaciones del orbe.

Venezuela en este sentido, reconoce de manera casi imperceptible las actividades de comercio electrónico, a través de lo que se deja leer entre líneas de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, que consagra la realización de las actividades económicas llevadas a cabo a través de diversos actos de comercio, aun y cuando éstos se realicen por medios electrónicos configurándose por tanto el comercio electrónico; así como la Ley que establece el Impuesto al Valor Agregado venezolano vigente, pero no así en el cuerpo normativo que regula las actividades de comercio como lo es el Código de Comercio venezolano.

Por ello en la legislación patria, se hace necesario proponer y redefinir nuevas figuras jurídicas, o, adaptar las existentes a las exigencias del contexto histórico actual, para que no exista inseguridad jurídica entre los contratos que utilizan los medios electrónicos como un vehículo para llevar a cabo sus operaciones mercantiles, y, consecuentemente realizar actos de comercio que inexorablemente distan de la concepción del acto de comercio tradicional.

De allí que, en la esfera del derecho mercantil, se debe incluir conceptos como el acto de comercio digital y su regulación legal, bien a través de una labor de descodificación del Código de Comercio vigente o, a través de un texto legislativo especial con carácter mercantil, que como propósito, espíritu y razón incluya la 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 la realidad contemporánea venezolana.

Plan de redacción

1. De los actos de comercio:

1.1. Generalidades del acto de comercio en la legislación venezolana

El Código de comercio venezolano de 1862, según Borjas (1973) sigue el modelo del “Código francés de 1807” (p.137) y el código español de la época y de allí que incluye por primera vez el acto de comercio tal como se concibe hoy en día, haciendo una bifurcación entre actividades de comercio objetivas de las actividades de comercio subjetivas. En este orden de ideas, Sanojo (1862) señala:

Presunción sobre la calificación de los actos de comercio... esta ley 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 ley para que se le tenga como acto de comercio si se quiere que así se declare (pp. 176-177).

De allí que autores como Morles (2004) aseveren que el “sistema adoptado desde el primer Código es un sistema mixto del Código Francés” (p.24).

Como corolario de lo anterior, debe establecerse que la inclusión de la figura acto de comercio en la legislación patria, responde a la concepción Europea

del siglo XIX; noción mantenida hasta la época contemporánea, debido a que el Código de comercio actual que data del año 1955, contempla la figura de actos de comercio objetivos y actos de comercio subjetivos.

En cuanto a los actos de comercio objetivos, el redactor de la norma en el artículo 2 *ejusdem*, presenta una enumeración enunciativa de las actividades que deben ser consideradas como actos de comercio objetivos. En este punto destaca la opinión de Valeri (2004) quien señala que:

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)

De allí que, si las actuaciones u operaciones de comercio encuadran dentro de alguno de los numerales previstos de manera enunciativa en la norma en referencia, poco interesa la cualidad del sujeto, es decir, si éste responde o no a la condición de comerciante. De la misma manera, destaca el hecho de que las operaciones catalogadas como de comercio objetivo, no requieran ser probadas con otros elementos de juicio. Finalmente, vale mencionar que, la enumeración presentada por el redactor de la norma, es una enumeración enunciativa, más no taxativa, ello permite que, puedan apuntarse otras operaciones que por su naturaleza no disten de las dispuestas en esa enunciación ya que por analogía pueden ser incorporadas sin que ello afecte la naturaleza del acto de comercio.

En cuanto al acto de comercio subjetivo, debe señalarse que está dispuesto en el artículo 3 del referido Código, y según 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).

De allí que deba inferirse que se está en presencia de una presunción *jure tantum*, vale decir, que puede ser desvirtuada, tal como se desprende de la parte in fine del artículo 3 cuando dispone: “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.”

Por todo lo antes expuesto, se debe colegir que el acto de comercio en Venezuela, está previsto bajo una doble concepción, vale decir objetiva y subjetiva, y el redactor de la norma presenta al acto de comercio objetivo con un carácter enunciativo y por analogía cualquier otra actividad y operación que encuadre dentro de los aspectos previstos en el artículo 2 de la norma en comento pueden ser catalogado como actos de comercio.

2. Del comercio electrónico

2.1. Generalidades

Es obvio que la tecnología y sus diversas manifestaciones han llegado a todas las áreas de la sociedad, pero de forma particular al área comercial donde se evidencia una relación estrecha, emergiendo una nueva manera de realizar actividades de comercio, que vienen a sustituir en todo o en parte a la tradicional forma de llevar a cabo operaciones mercantiles, irrumpiendo como tal, el comercio electrónico o el *e-commerce* o comercio digital o virtual. De allí que valga la pena la consideración de Illescas (2001) quien señala que:

Como nuevo soporte de una de las actividades más antiguas de la Humanidad –el intercambio de bienes y servicio- la electrónica y sus instrumentos vienen cada día sustituyendo de una manera generalizada a la voz y al papel, clásicos medios de apoyo para la emisión y recepción de voluntades negociales y sus efectos jurídicos y empresariales. (p.33)

De allí que la migración hacia esta manera de comerciar (comercio electrónico o el comercio digital o virtual), modifica sustancialmente las pautas y etapas que eran reglas generalizada en toda actuación de comercio tradicional (presencia física de las partes a través de forma oral o escrita y el soporte papel), dando paso a la electrificación de actividades y procedimientos producidos en materia comercial. La pauta en este nuevo tipo de comercio, la impone hechos

tales como ausencia de: presencia física entre contratantes, espacio geográfico, soporte físico, y de intermediarios en la negociación; y como contrapartida a ello, surgen la utilización de medios de pagos electrónicos, oferta y aceptación virtual entre contratantes, soportes en documentos electrónicos, y en algunos casos bienes inmateriales, intangibles, incorporales, es decir, bienes digitalizables son el objeto de la operación.

Doctrinariamente el comercio electrónico es definido de manera amplia por Sarra (2000), al indicar que este es: “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). Dicha enunciación se presenta como una definición amplia, debido a que incluye cualquier medio electrónico para llevar a cabo operaciones comerciales. Frente a esta consideración Arrieta (2006) esboza el sentido restringido de la definición de comercio electrónico, al indicar 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). Y de esta aseveración, se desprende que las operaciones propias en los negocios comerciales son llevadas a cabo sin discriminar la herramienta que las TIC provea.

2.2. El comercio electrónico por el bien o servicio objeto de comercialización

Según el bien o el servicio objeto de la comercialización el comercio electrónico puede ser comercio electrónico indirecto u *off-line*, y, el comercio electrónico directo u *on-line*.

El comercio electrónico *off-line* según Seoane (2005) es considerado como: “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), en tal sentido, debe señalarse que este tipo de comercio permite la fusión entre el comercio electrónico y el comercio tradicional, debido a que, las etapas o fases en la negociación no se llevan íntegramente por medios electrónicos. Destaca en este punto, el hecho de que el comercio electrónico no es interactivo y en función de ello la relación que se consolida es máquina-consumidor, vale decir, el trato se verifica entre el consumidor o usuario, con la información alojada en una página web, o bien por medio de la información enviada usando correo electrónico.

Por ello el proceso de la operación comercial, no se lleva totalmente a través de los mecanismos y herramientas aportadas por las TIC, 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. En tal sentido, el acto de transaccionalidad comercial se realiza con una máquina programada para ello; empero, para la entrega del bien debe aplicarse las mismas normas que se usan para las transacciones que se realizan de manera tradicional y física vale decir, la entrega es material.

El comercio electrónico *on-line*, o comercio electrónico directo, presenta la relación entre cliente y empresa en tiempo real a través de los mecanismos que al efecto las TIC colocan a disposición, para la realización de transaccionalidad comercial de operaciones en masa y para las masas, vale decir, oferta, aceptación, pago y entrega del bien creando una apariencia de mercado virtual.

Laso e Iglesias (2002) opinan que: “esa estructura es lo que se denomina como el e-Mercado debido a 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 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, 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, hacen en un todo en comercio electrónico on-line.

2.3. Validez de las operaciones de comercio electrónico

Para poder establecer la validez de las operaciones de comercio electrónico en Venezuela, se hace necesario nombrar los principios que regulan el funcionamiento del sistema de seguridad jurídica en el comercio electrónico y a saber: a.) equivalencia funcional; b.) neutralidad tecnológica; c.) imposibilidad de alterar el derecho preexistente de obligaciones y contratos; d.) buena fe y e) libertad contractual.

En cuanto al principio de la equivalencia funcional, debe señalarse que 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 haya sido empleado ninguno de los medios tradicionales admitidos para su declaración (p.p.159-160)

De allí que el referido principio que está esbozado y desarrollado en la Exposición de Motivos de la Ley de Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas (2001) propugna que no debe existir diferencia alguna entre lo manifestación de voluntad emanada por escrito que la emitida de manera electrónica, ya que lo que varía es el sustentáculo que la soporta, y, en consecuencia, debe atribuirse a ambos los mismos efectos jurídicos.

Respecto al principio de la neutralidad tecnológica, Rico (2005) señala que “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). De allí que, para evitar obsolescencia técnicas como legislativa, dentro del comercio electrónico, debe prescindirse de enunciar el tipo de tecnología que pueda ser aplicable.

En cuanto al principio de la imposibilidad de alterar el derecho preexistente de obligaciones y contratos, debe señalarse que Rico (2005) sostiene 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, en el comercio

electrónico se debe respetar las reglas predecesoras del ordenamiento jurídico, pues lo que varía es el mecanismo para llevar a cabo el negocio y no el negocio como tal.

En referencia al principio de la buena fe: debe señalarse que el mismo 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).

Y finalmente en cuanto al principio de la libertad contractual, 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). De allí que se pueda inferir que la base que permite que las relaciones contractuales mercantiles, puedan ser realizadas a través de operaciones de comercio electrónico, si así lo ordenan y lo conviene las partes involucradas, siempre y cuando esa libertad de pacto no sea atentatoria de las normativas legales vigentes.

De lo antes expuesto se puede colegir que, los cinco principios antes mencionados permiten que la transaccionalidad mediante comercio electrónico en Venezuela sea válida, pues dicha operación de masa y para las masas llevadas a cabo por medio de los mecanismos que las TIC dispongan están soportadas tanto en los principios que regulan el funcionamiento del sistema de seguridad jurídica en el comercio electrónico y leyes patrias tales como el caso del Código Civil, y la Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas.

3. De la actividad comercial digital

3.1. El acto de comercio digital en Venezuela

El hecho de que en el texto de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela se incluya, la implementación y el reconocimiento de las Tic por parte del Estado, abre la compuerta para que dentro de las aplicaciones de las Tic puedan tener cabida el acto de comercio digital en Venezuela. Al efecto, las operaciones en masa y para las masas, requieren una modernización en cuanto a la transaccionalidad, pues, hoy en día, se busca la simplicidad y la alternabilidad

para lograr la consecución de las actuaciones y operaciones negociables, teniendo importancia las actuaciones digitales.

El acto de comercio digital, no está contemplado expresamente en la legislación patria, ni mucho menos está definido en la doctrina, solo existen visos en algunos textos legales como es el caso de la Ley que establece el Impuesto al Valor Agregado en Venezuela, que siendo una ley especial no mercantil, dispone tímidamente dentro de las operaciones concebidas como hechos imponibles, la presencia de actos de comercio digitales o virtuales.

Al efecto, en el numeral 3 del artículo 3 de la Ley que establece el Impuesto al Valor Agregado en Venezuela, se prevé lo referente a la prestación de servicios, y allí se destaca un apartado referente a la cesión de uso de bienes incorporeales, tales como: 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.

En este punto, vale mencionar que la naturaleza de las actividades antes mencionadas, no puede ser otra que la naturaleza digital o virtual, puesto que la prestación de servicios de bienes incorporeales, solo puede ser llevada a cabo por comercio electrónico *on-line*, y este solo es posible, cuando la totalidad de sus fases se realizan de manera electrónica, por ello los bienes objeto de esta prestación de servicios, reúnen las características de bienes desmaterializados, intangibles, e incorporeales. De allí que el acto de comercio que se lleve a cabo, sea materialmente imposible que se verifique de manera física, ello porque 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.

3.2. Vinculación del acto de comercio digital en la legislación Colombiana

La legislación Colombia a partir del año 1999, cuenta con una ley conocida como la Ley 527 del mismo año, que regula los temas de comercio electrónico, mensajes de datos y firma digital. A partir de ese instrumento legal, se han diseñado otros dispositivos de ley, que de una u otra forma vienen a sortear parte de la problemática a la que deben enfrentarse los usuarios del comercio electrónico,

como lo es, el resguardo y confidencialidad de los datos de los usuarios del sistema, siendo previsto y regulado por la figura del habeas data según la Ley 1581 de 2012 y regulada según el Decreto 1377 de 2013. De la misma manera, llama la atención la tarea que ejerce la Superintendencia de Industria y Comercio Colombiano, en cuanto a la vigilancia, control y regulación de la protección al consumidor en el manejo de información personal, telecomunicaciones, información engañosa etcétera, creando reglamentos técnicos que evidencian el avance del ordenamiento jurídico colombiano en esta área.

Por si fuera poco, en el año 2008 se crea la Cámara de Comercio Electrónico, siendo un organismo gremial que tiene como tarea concentrar, reunir y asociar, a los empresarios que realicen actividades de comercio electrónico, con el objeto de fomentar la sana competencia empresarial y el desarrollo de negocios a través del comercio electrónico.

Por ello, es evidente que el acto de comercio digital en Colombia, aún y cuando no está regulado expresamente en el artículo 20 del Código de Comercio Colombiano, ni en una norma que indique la definición y aceptación del mismo, es, por analogía, admitido en la práctica y reconocido tácitamente por las normas existentes en la materia que sistematizan las actividades de comercio electrónico en el vecino país.

Conclusiones

Por todo lo antes expuesto, se debe considerar 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.

Venezuela, admite por analogía la práctica de operaciones de comercio digital a través de la práctica del comercio electrónico *on-line*, sin embargo, queda claro la necesidad de modernizar el andamiaje legislativo patrio, a normas que respondan a las necesidades del contexto contemporáneo. En tanto que Colombia, ha modernizado paulatinamente su ordenamiento jurídico, como instituciones que regulan la materia de comercio electrónico para protección tanto del usuario del sistema, como del empresario que se dedique a las actividades de comercio electrónico (*on-line* u *off-line*) dando de esta manera pasos agigantados y respondiendo a las exigencias de los mercados modernos.

Referencias

- Arrieta Zinguer , 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.
- Código Civil . (26 de Julio de 1982). El congreso de la República de Venezuela . *Gaceta N° 2.990 Extraordinaria del 26 de Julio de 1982* . Obtenido de https://www.oas.org/dil/esp/Codigo_Civil_Venezuela.pdf
- Código de Comercio. (21 de Diciembre de 1955). Congreso de la República de Venezuela . *Gaceta N° 475 Extraordinaria del 21 de diciembre de 1955*. Obtenido de file:///C:/Users/Luis/Downloads/C%C3%B3digo%20de%20Comercio%20E%80%93%20Gaceta%20Oficial%20Nro%20475E%20(1955).pdf
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (03 de Marzo de 2000). Asamblea Nacional Constituyente . *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*. Obtenido de http://www.alcaldiasandiego.gob.ve/pdf/leyes/constitucion/constitucion_republica_bolivariana_venezuela.pdf
- Decreto 1377 . (27 de Junio de 2013). Presidente de la República de Colombia. Recuperado el 29 de Septiembre de 2014, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=53646>
- Illescas Ortiz , R. (2001). *Derecho de la Contratación Electronica*. Madrid: Editorial Civitas.
- Laso Ballesteros , I., & Iglesias Melendez , M. (2002). *Internet, comercio colaborativo y mComercio. Nuevos modelos de negocio*. Madrid: Mundiprensa.
- Ley 527 . (21 de Agosto de 1999). Congreso de la República de Colombia. *Diario Oficial No. 43.673*,. Recuperado el 29 de Septiembre de 2014, de <https://www.procuraduria.gov.co/guiamp/media/file/Macroproceso%20Disciplinario/L-527-99.htm>

- Ley Estatutaria 1581. (17 de Octubre de 2012). Congreso de Colombia. Recuperado el 29 de Septiembre de 2014, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=49981>
- Ley que establece el impuesto al valor agregado . (26 de Febrero de 2007). Asamblea Nacional Constituyente . *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, No 38.632 (Extraordinario)*, . Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/gacetas/38632.pdf>
- Ley sobre mensajes de datos y firmas electrónicas. (28 de Febrero de 2001). Gobierno Bolivariano de Venezuela . (37.148). Obtenido de <http://www.conatel.gob.ve/wp-content/uploads/2014/10/PDF-Ley-sobre-Mensajes-de-Datos-y-Firmas-Electr%C3%B3nicas.pdf>
- Marín Elizalde , M. (2004). Impuestos al comercio electrónico (E-Fiscalidad): La problemática fiscal del impuesto al valor agregado (IVA). *Revista de Derecho Fiscal*, 7-31. Recuperado el 13 de Enero de 2013, de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/fiscal/article/view/2680/2325>
- Monsalve , K. (2008-2009). Valor jurídico de la firma electrónica en el sistema legal venezolano. *Derecho y Tecnología* , 7(7), 157-177.
- Morles Hernández , A. (2004). *Compendio de Derecho Mercantil I. Introducción, empresa, empresario, auxiliares del empresario*. (Primera ed.). Caracas: Publicaciones UCAB. Obtenido de [https://books.google.com.co/books?id=Sfe-X7E66g4C&pg=PA2&lpg=PA2&dq=Morles,+A.+\(2004\).+Compendio+de+Derecho+Mercantil+I.+Introducci%C3%B3n,+empresa,+empresario,++auxiliares+del+empresario.+Caracas:+Publicaciones+UCAB.&source=bl&ots=M9w7kIklcd&sig=O3k23Tmt](https://books.google.com.co/books?id=Sfe-X7E66g4C&pg=PA2&lpg=PA2&dq=Morles,+A.+(2004).+Compendio+de+Derecho+Mercantil+I.+Introducci%C3%B3n,+empresa,+empresario,++auxiliares+del+empresario.+Caracas:+Publicaciones+UCAB.&source=bl&ots=M9w7kIklcd&sig=O3k23Tmt)
- Rico , M. (2005). *Comercio Electrónico Internet y Derecho* (Segunda ed.). Caracas, Venezuela : Legis editores S.A.
- Sanojo , L. (1862). *Código de comercio explicado y comentado*. (E. López, Ed.) Caracas: La Imprenta al Vapor .
- Sarra , A. (2000). *Comercio Electrónico y Derecho. Aspectos Jurídicos de los Negocios por Internet*. Buenos Aires , Argentina : Astrea.

- Seoane, E. (2005). *La nueva era del comercio: El comercio electrónico. Las TIC al servicio de la gestión empresarial*. . Vigo , España : Ideas propias Editorial S.L .
- Valeri , P. (2004). *Curso de derecho mercantil* . Caracas , Venezuela : Ediciones Liber .

