

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY

VICERECTORADO ACADÉMICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS, JURÍDICAS Y SOCIALES

ESCUELA DE DERECHO



**ANÁLISIS Y COMPARACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN VENEZUELA
CON LA LEGISLACIÓN COLOMBIANA**

Presentado por:

Autor:

BR, Ederixon Godoy. C.I 27.029.056

Tutora:

ABG, Lii Elena Ruiz Torres. C.I 16.664.506

TRUJILLO, 2021.

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY

VICERECTORADO ACADEMICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS, JURÍDICAS Y SOCIALES

ESCUELA DE DERECHO



**ANÁLISIS Y COMPARACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN VENEZUELA
CON LA LEGISLACIÓN COLOMBIANA**

Trabajo presentado como requisito para optar al título de Abogado

Presentado por:

Autor:

BR, Ederixon Godoy. C.I 27.029.056

Tutora:

ABG, Lii Elena Ruiz Torres. C.I 16.664.506

TRUJILLO, 2021.



UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, POLITICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE DERECHO

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, **RUIZ TORRES LII ELENA** titular de la cédula de identidad **Nº V-16.664.506**, por medio de la presente hago constar que acepto asesorar al alumno, **EDERIXON ANTONONIO GODOY VILLEGAS**, titular de la cédula de Identidad **Nº V-27.029.056**, con el carácter de Tutor en la investigación titulada: “ANALISIS Y COMPARACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN VENEZUELA CON LA LEGISLACIÓN COLOMBIANA”, la cual deberá terminar con el Trabajo de Grado que se exige para optar al título de Abogado.

Aceptación que se expide en Valera a los 23 días del mes Junio del año dos mil veintiuno (2021).

Ruiz Torres Lii Elena
CI: 16.664.506
Tutor



**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, POLITICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE DERECHO**

APROBACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe **RUIZ TORRES LII ELENA**, titular de la cédula de identidad N° **V-16.664.506**, en mi carácter de Tutora del Trabajo de Grado titulado: “**ANÁLISIS Y COMPARACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN VENEZUELA CON LA LEGISLACIÓN COLOMBIANA**” presentado por el estudiante, **EDERIXON ANTONIO GODOY VILLEGAS**, titular de la cédula de identidad N° **V-27.029.056**, para optar al título de Abogado, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser presentado por el alumno al jurado examinador, mediante envío por el correo institucional, conforme a lo dispuesto en la Resolución N° CFCJPS-001-2021 del 14-01-2021 emitida por el Consejo de Facultad, y posterior exposición por video para que sea evaluado por el jurado que a tales efectos se asigne.

Aprobación que se expide en Valera a los a los días 4 de Octubre del 2021.

**Ruiz Torres Lii Elena
CI: 16.664.506**

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
AGRADECIMIENTOS.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
VEREDICTO.....	3
RESUMEN	4
ABSTRACT	5
INTRODUCCIÓN.....	6
I.-ASPECTOS GENERALES SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO.....	8
<i>Conceptos de Comercio Electrónico.....</i>	8
<i>Características.....</i>	9
<i>Contratación Electrónica.....</i>	10
<i>Tipos de Comercio Electrónico.....</i>	11
II.-COMERCIO ELECTRÓNICO EN VENEZUELA.....	12
<i>Regulación legal.....</i>	13
<i>Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas.....</i>	14
<i>Oferta Electrónica.....</i>	16
<i>Proyecto de Ley de Comercio Electrónico.....</i>	19
III.-LEY MODELO DE LA COMISIÓN DE NACIONES UNIDAS PARA EL DERECHO MERCANTIL INTERNACIONAL SOBRE COMERCIO ELECTRONICO.....	20

<i>Parte General de la Ley Modelo.....</i>	23
<i>Parte Especial de la Ley Modelo.....</i>	31
IV.- LEGISLACIÓN COLOMBIANA EN CUANTO AL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	35
<i>Ley 527 de 1999 sobre Comercio Electrónico.....</i>	36
<i>-Firmas digitales y Entidades de certificación.....</i>	36
<i>Ley 1480 de 2011, Estatuto del Consumidor.....</i>	39
<i>-Ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia.....</i>	39
<i>-Derecho de Retracto.....</i>	40
<i>-Protección al Consumidor Electrónico.....</i>	41
<i>-Reversión del pago.....</i>	44
V.-EXAMEN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN VENEZUELA Y COLOMBIA.....	44
VI.-CONCLUSIONES.....	52
VII.-RECOMENDACIONES.....	54
VIII.-REFERENCIAS.....	56

DEDICATORIA.

A Dios Todopoderoso por permitirme transitar todo este camino de aprendizaje.

A mis Padres, Sonia Villegas y Edison Godoy por su apoyo irrestricto.

Y a todos quienes contribuyeron en mi formación durante los cinco años de carrera.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente a mis padres, Sonia y Edison por siempre apoyarme y celebrar conmigo la superación de los momentos complicados durante la carrera.

A mis hermanos, Edixon y Erixon por la paciencia y colaboración que me brindaron durante los años de preparación y por ayudarme en los momentos de apremio en las finanzas del hogar a fin de yo poder tener la concentración requerida en los momentos de estudio.

A mi primo Alexander, por impulsarme y animarme para iniciar los estudios en la Carrera.

A mi tutora Lii Elena Ruiz, por acobijarme y orientarme desde el primer momento en que inicié con los planteamientos de mi Ensayo.

A todos mis docentes de la Universidad Valle del Momboy por formar parte indispensable en mi proceso de formación profesional, quisiera mencionarlos pero al hacerlo se me haría muy extensa la sección de agradecimientos

Y por último muy especialmente al Profesor José Francisco Conte, quien a pesar de ya no formar parte de la Universidad Valle del Momboy, me continuó brindando su apoyo cada vez que lo solicité durante este último año de carrera, siendo un vivo ejemplo de la vocación en la docencia.



VICERRECTORADO
Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales

VEREDICTO

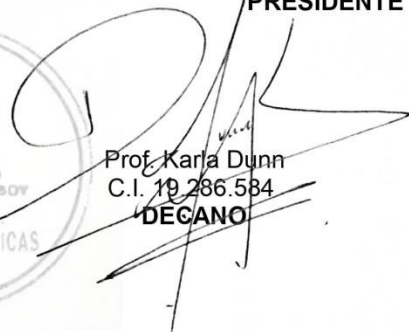
Nosotros, Prof. Ruiz Torres Lii Elena, Prof. Oscar José Mazzei Pérez y Prof. Mayra Maldonado, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado **ANÁLISIS Y COMPARACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN VENEZUELA CON LA LEGISLACIÓN COLOMBIANA** que presenta el bachiller: **EDERIXON ANTONIO GODOY VILLEGAS**, portador de la C.I. N° **27.029.056**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con: veinte (**20**) puntos, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad "Valle del Momboy", referente a la evaluación de los Trabajos de Grado para optar al título de abogado.

En fe de lo cual firmamos en Valera, estado Trujillo a los doce (12) días del mes de noviembre del dos mil veintiuno (2021).


Prof. Mayra Maldonado
C.I. 10.038.265
JURADO


Prof. Torres Lii Elena
C.I. 16.664.506
TUTOR


Prof. Oscar José Mazzei Pérez
C.I. 16.465.817
PRESIDENTE DEL JURADO


Prof. Karla Dunn
C.I. 19.286.584
DECANO


Prof. Ana Linares
C.I. 9.013.217
VICERRECTORA





ANÁLISIS Y COMPARACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN VENEZUELA CON LA LEGISLACIÓN DE COLOMBIANA.

Autor:

Ederixon Antonio Godoy Villegas

C.I: V-27.029.056

RESUMEN.

El objeto de estudio del presente trabajo titulado “Análisis y Comparación del Comercio Electrónico en Venezuela con la Legislación Colombiana” es precisamente estudiar las disposiciones legales existentes en ambos países a fin de comprender cómo éstas contribuyen en mayor o menor medida al desarrollo de las prácticas comerciales llevadas a cabo a través de medios electrónicos. Para ello será preciso estudiar el instrumento legal modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el derecho Mercantil Internacional ofrecido para que los Estados a partir de él regularan el comercio electrónico al interior de sus fronteras. Luego de analizar las disposiciones mencionadas haremos un examen comparativo de las establecidas en Venezuela y Colombia. Examen del cual se concluirá la incipiente existente en el ordenamiento jurídico venezolano en cuanto a comercio electrónico comparado con la colombiana haciendo las debidas recomendaciones que sirvan para dotar de seguridad jurídica las transacciones comerciales llevadas a cabo por medios electrónicos en Venezuela.

Palabras Claves: Comercio Electrónico, Legislación, Venezuela, Colombia

ANALYSIS AND COMPARISON OF E-COMMERCE IN VENEZUELA WITH COLOMBIAN LEGISLATION.

Autor:

Ederixon Antonio Godoy Villegas

C.I: V-27.029.056

ABSTRACT.

The object of study of this work entitled "Analysis and Comparison of Electronic Commerce in Venezuela with Colombian Legislation" is precisely to study the existing legal provisions in both countries in order to understand how to reserve to a greater or lesser extent the development of commercial practices carried out through electronic means. For this, it will be necessary to study the model legal instrument of the United Nations Commission for International Trade Law offered to the States, based on it, to regulate electronic commerce within their borders. After analyzing the aforementioned provisions, we will make a comparative examination of those established in Venezuela and Colombia. Examination which will conclude the existing insipience in the Venezuelan legal system in terms of electronic commerce compared to the Colombian one, making the appropriate recommendations that serve to provide legal security for commercial transactions carried out by electronic means in Venezuela.

Keywords: Electronic Commerce, Legislation, Venezuela, Colombia.

INTRODUCCIÓN

La comunicación siempre ha sido vital para el ser humano, y que mejor ejemplo que sin importar la crisis sanitaria y humanitaria a nivel mundial que supuso la llegada de la pandemia por covid-19, obligándonos al aislamiento social, nosotros los seres humanos nunca nos dejamos de comunicar ni dejamos de estar informados, ello gracias a las bondades que ofrecen las tecnologías de la información y comunicación.

Muchas personas tuvieron que hacer uso forzoso de estas tecnologías con el fin de comunicarse, informarse, cumplir con sus obligaciones laborales e incluso para educarse mediante la continuación o inicio de estudios académicos.

Esa experiencia de seguro que nos ha dejado algunas enseñanzas, más allá de una mayor pericia en el uso de los medios de comunicación electrónicos, entre las cuales se podría pensar por un lado que la comunicación por medios electrónicos tiene sus diferencias con la comunicación mediante contacto físico pero por otro lado que al final cumple la misma función; comunicar.

Otra enseñanza que podría extraerse sería que, por colocar un ejemplo en el ámbito académico, no es lo mismo presentar un examen de manera presencial que uno virtual, de allí que sea necesario planificar otra metodología con nuevas reglas considerando el medio por cual se va a efectuar el examen ya que de lo contrario se podría perder el sentido de la evaluación o incluso lesionar derechos del estudiante.

Lo mismo sucede en el ámbito comercial, si bien el comercio tradicional, entendido como el traslado físico a una tienda con fines de lucro para adquirir un producto o servicio, no se asemeja en sus características al comercio efectuado desde la distancia a través de un computador o celular, la función sería la misma; el ejercicio de la actividad comercial.

Lo que sí resulta necesario de acuerdo al símil planteado hace dos párrafos es contar con las reglas o normativas legales pertinentes para que el ejercicio del

comercio por medios electrónicos se efectúe de una manera segura, con las debidas garantías, minimizando las posibilidades de fraude y sin lesionar los derechos del comerciante ni del consumidor.

Y ese es precisamente el objeto de estudio del presente trabajo de naturaleza expositiva; analizar las disposiciones legales existentes sobre el comercio electrónico en Venezuela en comparación con un país muy cercano, tanto en lo territorial, como en lo cultural, ese país no es otro sino Colombia.

Para ello iniciaremos precisando los aspectos generales que es necesario conocer sobre el comercio electrónico, seguido a lo cual abordaremos el estudio del tratamiento legal actual existente en Venezuela sobre la materia.

Posteriormente se estudiará un instrumento precursor fundamental en materia legislativa a nivel mundial sobre comercio electrónico, a saber, la Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas Sobre Comercio Electrónico que servirá de sustento para abordar el capítulo siguiente relacionado con el comercio electrónico de acuerdo a la legislación Colombiana.

Así se culminará con un examen comparativo de las legislaciones venezolana y colombiana en cuanto al comercio electrónico señalando sus similitudes y diferencias en orden de cerrar con las debidas conclusiones y recomendaciones del caso abordado por la presente investigación.

I.-ASPECTOS GENERALES SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO

Conceptos de Comercio Electrónico.

Como punto inicial y necesario es preciso conocer a qué nos referimos cuando hablamos de comercio electrónico, de acuerdo con Oropeza (2018) el comercio electrónico se puede definir como "la compraventa o intercambio de bienes o servicios a través de medios electrónico" (p.2).

Por su parte Malá (2001) define al comercio electrónico en forma sencilla y general como "cualquier forma de transacción comercial donde las partes interactúan electrónicamente, en lugar del intercambio o contacto físico directo" (p. 33). Al mismo tiempo, el citado autor nos aporta otra definición un tanto más amplia y específica al referirse al comercio electrónico como el "uso de las tecnologías de la informática y las telecomunicaciones, que soportan las transacciones de productos o servicios entre las empresas, entre estas y particulares o con el Estado" (p. 33).

En este orden de ideas, Recalde (1999) expone que "En un sentido lato, entendemos por comercio electrónico los contratos en los que las declaraciones de voluntad negociales se emiten por medios electrónicos, aunque el cumplimiento de las obligaciones se produce a través de los tradicionales casuales (comercio electrónico indirecto)..." (p. 39). "Sin embargo, puede concebirse un concepto aún más estricto en el que no sólo el pedido de los bienes o servicios que constituyen el objeto del contrato, sino también las partes (entrega, pago) se realiza por medios electrónicos (comercio directo)..."(p. 40)

Así también, en el ámbito nacional, la legislación patria llegó a definir (y decimos llegó porque la definición es meramente ilustrativa, por cuanto la ley citada fue derogada) al comercio electrónico como "el uso de las tecnologías computacional y de telecomunicaciones que se realiza entre empresas o bien entre vendedores y compradores, para apoyar el comercio de bienes y servicios". (Ley para la defensa de las personas en el Acceso a los Bienes y Servicios, Capítulo V, Artículo 31, 2010)

De todas las definiciones aportadas, se puede concluir que además del intercambio

comercial propio de cualquier actividad de tipo negocial, la principal característica del comercio electrónico es el uso de la tecnología en algún punto de la relación jurídico-comercial.

Características.

Tras lo antes dicho, es posible caracterizar al comercio electrónico desde dos puntos de vista, a saber:

-A nivel comercial y práctico: Desde esta perspectiva, el comercio electrónico se caracteriza por poseer ciertas ventajas en comparación con el comercio tradicional, lo cual influye en las motivaciones de los empresarios y consumidores para aventurarse a contratar a través de la web, entre las ventajas a nivel empresarial se pueden destacar:

*Ampliación y penetración de mercados: Los comerciantes poseen mayor alcance en el ofrecimiento de sus productos, al tiempo en que los consumidores tienen acceso a mayores y mejores ofertas.

*Ahorro en costos y gastos: Por parte del empresario ahorra en gastos de mantenimiento de local, personal, etc. Desde la óptica del consumidor economiza en tiempo y costos de traslado.

*Flexibilidad: Los horarios de atención suelen ser más extendidos (en algunos casos las 24 horas del día por los 7 días de la semana).

Entre muchas otras ventajas que caracterizan el uso de la tecnología en el comercio.

-A nivel jurídico y tecnológico: Como se mencionó líneas arriba, la principal característica del comercio electrónico es el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) como medio para contratar. Sin la intervención de la tecnología recién mencionada no existe posibilidad de hablar de comercio electrónico. En razón de lo expuesto, consideramos necesario conocer en este capítulo los conceptos básicos que posibilitan y sirven de sustento para la existencia de la contratación electrónica en general.

Contratación electrónica.

Si bien es cierto que la contratación electrónica y el comercio electrónico no son términos sinónimos, por cuanto puede existir contratación electrónica con fines distintos al comercial, no es menos cierto que el comercio electrónico se efectúa o representa a través de actos (expresiones de voluntad) que se manifiestan por los medios electrónicos, de manera que es preciso antes de adentrarnos en el estudio pormenorizado del comercio electrónico en las distintas legislaciones que serán el objeto del presente ensayo, conocer los aspectos más fundamentales de la contratación electrónica. Pues como se ha sugerido, son el cimiento que posibilita la existencia y ejercicio del comercio electrónico.

Siendo consecuentes con lo mencionando durante el ensayo, lo distinto en el comercio electrónico (y en la contratación electrónica sucede igual) es el medio de comunicación utilizado, entonces describamos los aspectos necesarios para llevar a cabo la contratación tradicional para de este manera, por analogía podamos precisar los conceptos que es necesario conocer en este capítulo dedicado a los aspectos generales.

En la contratación tradicional además de cumplir con los elementos esenciales del contrato; consentimiento, objeto y causa. Es necesario que lo anterior conste por un documento y que en dicho documento se pueda identificar a través de la firma a las partes contratantes.

Así pues, en la contratación electrónica igualmente se debe de cumplir con los elementos esenciales del contrato; sólo que se observan ciertas matices con relación a si el objeto será determinable en el mundo físico o en el electrónico.

El contrato electrónico más puro se daría proporcionalmente a la mayor cantidad de fases electrónicas e informatizadas incluido el cumplimiento (tele cumplimiento), cuando el objeto contractual sea susceptible de transformación en bits, y el pago se haga por medio de anotaciones en cuenta u otros medios digitales. (Barriuso, 1998, p. 123)

No obstante, la observación anterior no complica la conceptualización y entendimiento de la contratación electrónica, continuando con la analogía anterior, el consentimiento en lo electrónico exige del examen de determinadas normativas que serán estudiadas más adelante, sin embargo, con relación al documento en la contratación electrónica es preciso conocer que quien hará sus veces en el contrato electrónico será el mensaje de datos y en reemplazo de la firma autógrafa o manuscrita para la contratación tradicional, se requerirá de una firma electrónica cuyas definiciones si serán abordadas en seguida.

La Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas (2001, art 2) define al Mensajes de datos como “toda información inteligible en formato electrónico o similar que pueda ser almacenada o intercambiada por cualquier medio”.

Así mismo define Firma Electrónica:

Información creada o utilizada por el Signatario, asociada al Mensaje de Datos, que permite atribuirle su autoría bajo el contexto en el cual ha sido empleado.
Signatario: Es la persona titular de una Firma Electrónica o Certificado Electrónico. Destinatario: Persona a quien va dirigido el Mensaje de Datos. (Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas, 2001, art 2)

Este punto será ampliado mayormente dentro del ámbito local en el capítulo siguiente.

Tipos de comercio electrónico.

Son variadas las clasificaciones que la bibliografía ha hecho con relación a los tipos de comercio electrónico, muchas de ellas guiadas por enfoques distintos al jurídico. Para los efectos que se persiguen en el presente ensayo, distingamos a los tipos de comercio electrónico de la siguiente manera:

-Comercio de Consumidor a Empresa (C2B): Es un modelo de negocio en el que el consumidor fija las condiciones de esa transacción. Así, el cliente propone y colabora en ese servicio o producto determinado, en lugar de hacerlo en una oferta específica

-Comercio de Empresa a Consumidor (B2C): El término se refiere al modelo de negocio en el que las transacciones de bienes o la prestación de servicios se produce entre empresa y cliente o consumidor final. Si bien se aplica al negocio directo al consumidor, se ha asociado con el comercio online

-Comercio de Consumidor a Consumidor (C2C): Se utiliza este término para definir un modelo de negocio en la red que pretende relacionar comercialmente el usuario final con otro usuario final.

-Comercio de Empresa a Empresa (B2B): Hace referencia a las transacciones comerciales entre empresas, es decir, a aquellas que típicamente se establecen entre un fabricante y el distribuidor de un producto, o entre un distribuidor y un comercio minorista.

Otra clasificación de importante significancia es la de Comercio electrónico directo e indirecto.

Indirecto; en el caso que el usuario adquiera bienes tangibles que serán enviados por un medio convencional, por ejemplo por correo.

Directo; nos encontramos frente al pedido de bienes intangibles, donde el usuario solicita el servicio, este se presta y cancela “on-line”. Como ejemplo se puede señalar la adquisición de MP3, Software, Asesorías en línea, etc.

(Salazar, 2016, p. 336)

II.-COMERCIO ELECTRÓNICO EN VENEZUELA.

Regulación Legal.

El comercio electrónico, entendido en su concepción y características aquí desarrolladas, sin lugar a dudas tiene lugar en Venezuela, si bien podría cuestionarse la frecuencia o volumen de tales transacciones, resulta innegable que la compra o venta a través de mercados virtuales como Amazon y Mercado Libre (por ejemplificar

algunos) resultan comunes en algunas personas dentro del territorio nacional. Ahora bien, situados en esta realidad es conveniente examinar el tratamiento legal existente al respecto.

Lo primero que se debe observar es que en Venezuela no contamos con una ley específica que regule el comercio electrónico, lo más pronto que hemos estado de tenerla es un "Proyecto de Ley de Comercio Electrónico" (a cuyo texto tuvimos acceso y comentaremos más adelante) Aprobado en segunda discusión pero que por motivos desconocidos no fue o no ha sido sancionada.

De todas maneras, a pesar de no contar con una ley específica, nuestro ordenamiento jurídico se ha dado a la tarea de conceptualizar en dos oportunidades lo que se entiende por comercio electrónico y algunos aspectos del mismo, pero no de forma amplia, sino en el marco de sendas leyes protectoras del consumidor. La primera ocasión en que legalmente se definió al comercio electrónico fue en la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario (2004) por medio de su artículo 31 en los siguientes términos:

Se entiende como comercio electrónico cualquier forma de negocio, transacciones comerciales o intercambio de información publicitaria con fines comerciales, que sea ejecutada a través del uso de tecnologías de información y comunicación. Los alcances de la presente ley son aplicables únicamente al comercio electrónico entre proveedor y consumidor o usuario y no en transacciones de proveedor a proveedor. (Ley de Protección al Consumidor, 2004, Art. 31)

La citada definición resultó derogada posteriormente con la entrada en vigencia de la Ley para la defensa de las personas en el Acceso a los Bienes y Servicios (2010), la cual también en su artículo 31 definió:

A los fines de esta Ley, se entenderá como comercio electrónico, cualquier forma de negocio, transacción comercial o intercambio de información con fines comerciales, bancarios, seguros o cualquier otra relacionada, que sea ejecutada a través del uso de tecnologías de información y comunicación de cualquier

naturaleza. Los alcances de la presente Ley, son aplicables al comercio electrónico entre la proveedora o proveedor y las personas, sin perjuicio de las leyes especiales. (Ley para la Defensa de las Personas en el Acceso a los Bienes y Servicios, 2010, art. 31)

Si comparamos ambas definiciones podemos observar su clara similitud, además de concluir que el enfoque de tales previsiones legales estaba dirigida esencialmente a proteger al consumidor, puesto que las relaciones de comercio electrónico que tutelaban eran las entabladas entre proveedores y personas (clasificadas en la sección de aspectos generales bajo las siglas B2C-Empresa a Consumidor) dejando de lado cualquier regulación entre proveedores (que de acuerdo a información de UNCITRAL esas transacciones entre empresas o proveedores representan el 70% de las transacciones de comercio electrónico) que podrían resultar del interés de una verdadera ley de comercio electrónico.

En materia electrónica Venezuela cuenta con algunas normas que reconocen el uso de la tecnología de la información y comunicación, en sus siglas TIC, como forma válida de expresar voluntad y por tanto de producir efectos jurídicos. Entre las cuales destacan:

La Ley de Telecomunicaciones, la Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas y la Ley Especial contra los delitos informáticos, entre algunas otras.

De las normas recién mencionadas, la Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas se erigiría forzosamente, a falta de legislación específica, como el único referente cercano al que se podría acudir si llegado el momento fuera necesario buscar tutela legal luego de establecer una relación de comercio electrónico en el país. Pues en ella se establecen los aspectos generales de la contratación electrónica, veamos en seguida a qué nos referimos.

Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas.

Es importante aclarar, tal como se indicó en el párrafo anterior pero que resulta necesario remarcar, que en ningún supuesto estamos sugiriendo que la Ley de

Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas regule la actividad comercial llevada a cabo por medios electrónicos o sirva para resolver todo tipo de controversias que puedan suscitarse con motivo a dicha contratación, por el contrario reiteramos que Venezuela NO cuenta con una ley especial en la materia. Sin embargo, la ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónica sienta las bases para su futura promulgación puesto que aborda cuestiones generales de la contratación por medios electrónicos, en este sentido compartimos el criterio de Ovidio (2012) cuando al referirse a la mencionada ley, expone que:

Esta no es una Ley de Comercio Electrónico ya que no toca aspectos relacionados con el comercio en ninguna de sus formas ni refiere a otros que en alguna forma podrían estar asociados al comercio por medios electrónicos o a través de Internet como, por ejemplo, las normas de privacidad, ciberocupación de nombres de dominio, aspectos impositivos, penales, envío abusivo de material electrónico de contenido comercial no solicitado (conocido como SPAM), etc. (p. 256)

En este orden de ideas, continúa:

El objeto de la Ley Sobre mensajes de datos y Firmas

Electrónicas de Venezuela es el de otorgar y reconocer eficacia y valor jurídico a la Firma electrónica, al mensaje de datos y a toda información inteligible en formato electrónico, independientemente de su soporte material, que pueda ser atribuida a personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, así como regular todo lo relativo a los Proveedores de Servicios de Certificación y los Certificados Electrónicos. (p, p. 22, 23)

En razón de lo antes expuesto, lo importante de la ley en comentario con relación al comercio electrónico es que se hace un reconocimiento expreso de los medios electrónicos en el contexto jurídico, al tiempo en que se estipulan requisitos a cumplirse para dotar a los mensajes de datos y a las firmas electrónicas de la misma eficacia y valor probatorio que sus equivalentes funcionales de documento escrito y firma autógrafa o manuscrita respectivamente.

Oferta Electrónica.

Resulta importante hacer mención, que entre las disposiciones de la Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas, en lo adelante LSMDFE, se consagra de manera expresa la posibilidad de que los contratos se perfeccionen por vía electrónica.

Ello es posible de acuerdo al artículo 15 de la LSMDFE cuando la oferta y la aceptación se realicen a través de un mensaje de datos. Esta figura llama la atención por cuanto dista en algunos supuestos (naturalmente por el medio de comunicación utilizado) de la oferta en materia de contratación tradicional que hallamos en el código civil en los artículos 1137 al 1139 y en el código de comercio en los artículos 110 y 111.

A rasgos generales en ambos instrumentos se estipuló que la aceptación de la oferta fuera lo determinante para la formación del contrato, no dedicando especial atención en la fase de comunicación de la oferta.

En cambio, en materia electrónica sí debe de prestársele especial atención a la forma en que se hace la oferta y los aspectos técnicos según los cuales se entiende por hecha la comunicación que contiene dicha oferta.

Para ello es preciso acudir en la contratación electrónica, a falta de acuerdo de las partes sobre la forma en que se entiende por comunicada y aceptada la oferta, a lo dispuesto en los artículo 10 al 14 de la LSMDFE.

En este sentido el artículo 10 refiriéndose a la emisión de un Mensaje de Datos establece que se entiende por emitido un mensaje cuando el sistema de información del emisor lo remita al destinatario. En pocas palabras, cuándo se envíe de una terminal a otra.

Seguidamente en el artículo 11 se consagran dos reglas a seguirse para determinar la recepción del mensaje de Datos, siempre recordando que las disposiciones en estudio aplican de manera supletoria cuando las partes no hayan dispuesto otra cosa, la primera de ella es clara al establecer que se tiene por recibido cuando el mensaje ingrese al sistema de información designado. Y la segunda opera para el caso en que no se haya designado un sistema de información para la recepción del mensaje (que

podiera contener la oferta para el caso sub examine) se tendrá como recibido si ingresa a un sistema de información utilizado regularmente.

Luego de determinar la forma para enviar exitosamente un mensaje de datos, que para el caso que nos ocupa sería una oferta, y tenerlo por recibido surge siempre un problema práctico en este tipo de contratación; y es la jurisdicción aplicable. Por la naturaleza de la contratación electrónica, donde las partes suelen estar en sitios muy distanciados, es muy común que se presenten inconvenientes al momento de determinar la jurisdicción a la cuál acudir si se presentase algún inconveniente, este problema en parte lo resuelve el artículo 12 al precisar que se entiende por lugar de emisión del mensaje de datos el domicilio del emisor, y como lugar de recepción el domicilio del receptor.

Tal prescripción legal contribuye sobremanera a dilucidar el problema de jurisdicción planteado en este tipo de casos, al establecer un criterio objetivo para determinar el lugar de envío del mensaje de datos, que para el caso sería un mensaje de datos contentivo de la oferta, lo que tendría que determinarse sería la cualidad de cada una de las partes, en el sentido de conocer cuál sería el deudor y cuál el acreedor de la relación jurídica entablada por el medio electrónico.

Una vez precisado lo anterior, siempre que se trate de un conflicto a nivel local, donde ambos usuarios de internet tengan su domicilio en el país, la jurisdicción aplicable sería la venezolana y la competencia se regiría de acuerdo a las normas contenidas a tal efecto en el código de procedimiento civil, a partir de su artículo 40, cuyo principal elemento para determinar el Tribunal con competencia para conocer del asunto es precisamente el domicilio del demandado. Claro que para que la contraparte conozca en toda contratación electrónica el lugar del domicilio a quien va a demandar es preciso contar a nivel local, con una legislación más completa que establezca reglas de identificación para quienes pretendan ejercer actividades comerciales por medios electrónicos, que lamentablemente como se dijo anteriormente, no es el caso Venezolano.

Situación distinta se plantea a fin de resolver el posible conflicto de jurisdicción en la

contratación electrónica cuando las partes residan en distintos países, ya que si bien la determinación del domicilio de cada uno de ellos en el sentido de determinar su ubicación y consecuente lugar de interposición de demandas que pudieran suscitarse en la relación electrónica contractual podría resultar más sencilla, lo complicado sería contar con normas de conflictos para tales casos que ya competen al ámbito del derecho internacional privado y a los posibles tratados que pudieran suscribirse entre Estados.

Continuando con el estudio de los artículos de la LSMDFE que regulan la emisión y recepción de los mensajes de datos y por tanto son aplicables a la oferta electrónica, tenemos el artículo 13, donde se establece la posibilidad de las partes si así lo quisieran de condicionar los efectos jurídicos de un mensaje de datos a la recepción de un acuse de recibo.

Ello tiene sentido para erradicar la incertidumbre o inseguridad en las partes al momento de entablar negociación por medios electrónicos, de manera tal que puedan cerciorarse de que el mensaje de datos fue enviado al sistema de información deseado.

En este sentido el artículo, 13 prevé tres supuestos al respecto. El primero dispone que si no se ha recibido la recepción del acuse de recibo en el plazo convenido se entiende como no emitido el mensaje. El segundo establece que a falta de convenir plazo la no recepción del acuse en un periodo de 24 horas produce el mismo efecto; que se entienda por no emitido el mensaje. Por último está el caso en que se reciba el acuse, para estos casos el Mensaje de Datos produce todos sus efectos.

La fórmula anterior aplica de la misma manera para el caso de la aceptación en materia de oferta, siendo que se observa una diferencia con relación a la contratación tradicional, donde la no aceptación del destinatario de la oferta a oídos del oferente se entendía como un rechazo de la misma, para el caso de la contratación electrónica se tiene como que el mensaje de datos que contenía la oferta, no fuese sido emitido.

Para finalizar este estudio relacionado con la oferta electrónica de acuerdo a la LSMDFE tenemos lo dispuesto en el artículo 14 a cuyo contenido no haremos mayor análisis por cuanto simplemente enuncia mecanismos y métodos que tienen las partes

para acordar el acuse de recibo.

Muy bien, ya habiendo hecho algunas consideraciones sobre el estado actual del comercio electrónico en Venezuela, pretendiendo esclarecer al menos un poco el estado de cosas en que se encuentra y a lo que se enfrentan en materia de amparo legal quienes se aventuran a ejercer el comercio electrónico en Venezuela, pasemos a comentar para finalizar este apartado, algunas nociones interesantes del Primer Borrador del Proyecto de Ley de Comercio Electrónico que no fue promulgado.

Proyecto de Ley de Comercio Electrónico.

Si bien, referirnos a un proyecto de ley no entra dentro de la categoría de regulación legal por cuanto es una normativa no sancionada y mucho menos vigente, su breve comentario resulta de suma importancia para el presente trabajo por cuanto con él se pretende significar la carencia de una regulación legal actual en Venezuela con relación al comercio electrónico reconocida por el mismo proyecto y motivo por el cual estaba en vías de ser sancionado.

En este orden de ideas, el artículo 3 del proyecto, al referirse a la finalidad de la Ley en ciernes expresaba en su numeral primero: “Fijar normas específicas que permitan regular el comercio electrónico, para que el mismo sea un medio que contribuya a las buenas prácticas en el ámbito económico, sin interferir en el cumplimiento de las normas que regulan el comercio tradicional” (Proyecto de Ley de Comercio Electrónico, Venezuela, art. 3 numeral1).

Así también, entre sus disposiciones nos ofrecía conceptos como los de comercio electrónico, contrato en línea, factura electrónica, informática forense, nube, pago electrónico, sistema de información, transacción electrónica, entre algunos otros que resultaban del interés de la materia comercial electrónica a nivel regulatorio.

En su estructura también contaba con capítulos dedicados a las instancias de control que tenían funciones de inspección y fiscalización, a la compra y venta de Bienes y Servicios con normas dedicadas a los aspectos básicos de la contratación, a la seguridad y protección de los datos, a los proveedores de plataformas tecnológicas

de información, a la promoción, difusión, información y publicidad del comercio electrónico en orden de establecer normas para el tráfico de información fidedigna y oportuna, a la materia del transporte de mercancías y por último un capítulo dedicado a las prohibiciones y sanciones aplicables; las cuales incluían; multas y bloqueos de sitios web o plataformas tecnológicas.

Todos y cada uno de los aspectos del proyecto de ley a día de hoy son absolutamente necesarios, no ahondaremos en la explicación detallada de las disposiciones por cuanto estamos en presencia de un proyecto que quizá no fue sancionado debido a algunos ajustes que requería, no obstante, su traída a colación en el presente trabajo es importante por cuanto como veremos más adelante, algunas de las disposiciones allí dispuestas ya rigen la actividad económica comercial por medios electrónicos en la legislación colombiana, momento en el cuál además, analizaremos las instituciones en cuestión.

III.-LEY MODELO DE LA COMISIÓN DE NACIONES UNIDAS PARA EL DERECHO MERCANTIL INTERNACIONAL SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO.

El comercio electrónico, dada su naturaleza de establecer relaciones mercantiles desde la distancia a través de dispositivos digitales con internet como principal medio de red utilizado para la interconexión, donde las partes de acuerdo a como se ha señalado anteriormente en el presente ensayo, tienen acceso a un sinfín de ofertas en cualquier parte del mundo, lo que hace al comercio electrónico una materia de interés internacional ya que muy frecuentemente se estará en presencia de contratos celebrados entre personas de distintas jurisdicciones, razón por la cual conviene que las legislaciones adopten normas uniformes o en su defecto tengan algún referente internacional al que acudir en busca de darle proyección a este tipo de actividades.

Es por lo recién expuesto que la Comisión de Naciones Unidas Para el Derecho Mercantil Internacional, en sus siglas en castellano y en lo adelante CNUDMI (también mencionada comúnmente por sus siglas en ingles UNCITRAL), en cumplimiento de su

misión de fomentar la armonización y unificación progresiva del derecho mercantil internacional y considerando el auge que estaba teniendo la comunicación electrónica a nivel comercial para la fecha (1996), decidió promulgar una Ley Modelo de Comercio Electrónico.

El instrumento de dicha Ley consta de 17 artículos, una guía para la incorporación de sus disposiciones al derecho interno y una reseña histórica con los antecedentes de la ley. Previo a comentar brevemente el contenido de sus artículos señalando su conveniencia e importancia histórica, es preciso hacer una breve mención a sus antecedentes.

El instrumento en estudio a este respecto expresa:

La Ley Modelo fue preparada en respuesta al cambio fundamental que se había operado en las comunicaciones entre las partes (denominadas en ocasiones "socios comerciales") que recurrían a las modernas técnicas informáticas o de otra índole para sus relaciones de negocios. La Ley Modelo ofrece a los países un texto normativo ejemplar para la evaluación y modernización de algunos aspectos de su propia normativa legal y de sus prácticas contractuales relativas al empleo de la informática, y demás técnicas de comunicación modernas, en las relaciones comerciales. El texto de la Ley Modelo, reproducido anteriormente, figura en el anexo I del informe de la CNUDMI sobre la labor de su 29º período de sesiones. (Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, 1996, p. 50)

Así continúa la ley Modelo explicando que en 1984 fue el primer acercamiento hacia el reconocimiento institucional de las transacciones electrónicas, cuando el secretario de la comisión en comento redacta un informe titulado "Aspectos jurídicos del proceso automático de datos" que sería evaluado y se avanzaría en el estudio de nuevos informes en las sesiones subsiguientes enfocados en hallar respuesta a la necesidad de las contar con un instrumento de respaldo para quienes comercian por este medio.

Y no fue sino hasta el 12 de Junio de 1996 que la Comisión de Naciones Unidas

para el Derecho Mercantil Internacional, en su vigésimo noveno periodo de sesiones aprueba mediante su decisión 605 la Ley Modelo de Comercio electrónico que estudiaremos en seguida.

El texto de la Ley Modelo como mencionamos al inicio del presente capítulo consta de 17 artículos, los cuales se dividen en dos partes; una referida al comercio electrónico en general y otra alusiva al comercio electrónico en materias específicas.

La primera parte a su vez consta de tres capítulos, uno referido a las disposiciones generales; donde se estipularon disposiciones relativas al ámbito de aplicación de la ley, definiciones y principios. El segundo capítulo consagra normas relativas a la forma de la contratación en el comercio electrónico, los artículos de dicho capítulo (desde el 5 hasta el 10) son entendidos como irrelajables, si lo comparamos con los principios de la legislación interna podríamos afirmar que son disposiciones de orden público ya que consagran las formas mínimas para llevar a cabo una contratación electrónica con las debidas garantías para las partes. Para culminar, en el tercer capítulo se legisló en materia de la comunicación de los mensajes de datos donde resaltan disposiciones ilustrativas que sirvieron de cimiento para dilucidar problemas prácticos en el ejercicio del comercio electrónico como lo es la atribución de los mensajes de datos a una persona determinada así como el momento y lugar en que se tiene por enviado y recibido un mensaje.

En la segunda parte alusiva al comercio electrónico en materias específicas se estudió en un sólo capítulo lo referido al transporte de mercancías que comprende dos artículos, el dieciséis y el dieciocho.

Habiendo precisado lo anterior, lo interesante de la Ley modelo no es solamente lo novedoso de sus disposiciones para la época, las cuales sirvieron de soporte en algunas legislaciones para adoptar las disposiciones de la ley modelo, sino también que se acompañaron de una guía que explicaba el propósito y necesidad de adoptar cada artículo.

A los fines del presente ensayo comentaremos en extenso los artículos que consideramos de mayor relevancia para ilustrar el propósito del mismo, puesto que hay

disposiciones que fueron indirectamente explicadas en el capítulo anterior ya que la Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas antes señalada se inspiró en la Ley Modelo en estudio para abordar el reconocimiento de los Mensaje de Datos en el ordenamiento jurídico Venezolano.

Parte General de la Ley Modelo

Así pues, de manera breve referiremos a las disposiciones generales contenidas en los artículos 1 al 4, el primero de ellos al delimitar el ámbito de aplicación de la ley expresa que la misma será aplicable a todo tipo de información en forma de mensajes de datos en el contexto de actividades comerciales.

Seguido a ello en el artículo 2 se definen conceptos tales como Mensaje de Datos, cuya definición es sumamente amplia y con ella se pretende abarcar cualquier información que tenga soporte informático. No sólo se limita a mensajes comunicados sino que apertura el radio más allá, incluyendo la información generada simplemente con el objetivo de ser archivada.

En cuanto al literal B se establece; “Por “intercambio electrónico de datos (EDI)” se entenderá transmisión electrónica de información de una computadora a otra, estando estructurada la información conforme a alguna norma técnica convenida a tal efecto” (Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, 1996, art 2 literal B)

Así también el mismo artículo define lo que se entiende por iniciador (que es quien envía el mensaje y a quien nuestra LSMDFE define como signatario), destinatario, intermediario y sistema de información. Todas estas definiciones las hallamos en los comentarios de la LSMDFE a excepción del intermediario. En este sentido el intermediario a la luz del artículo en comentario es una persona que “actuando en nombre de otra envía, recibe o archiva un mensaje de datos o preste algún servicio con respecto a él”. (Art 2 Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, 1996, art 2 literal C).

El artículo 3 referido a las reglas de interpretación expresa entre sus postulados el

origen internacional de la ley lo cual demanda en los Estados que la apliquen Uniformidad y observancia de la buena fe.

El artículo 4 consagra un principio contractual básico; la autonomía de la voluntad de las partes, no se titula de esa manera pero es el sentido del mismo, señalando como se sugirió al inicio del presente capítulo, que las disposiciones del capítulo III podrán ser modificadas por las partes si así lo convienen.

A partir de este punto comienza el capítulo II, que como se mencionó al inicio, consagra disposiciones relativas a la forma de los actos que se constituyen en requisitos mínimos de la comunicación con fines de contratación en el ámbito jurídico que no deberían poder ser relajada entre las partes (Y digo deberían porque la última palabra la tienen los Estados Soberanos, la Ley Modelo sólo hace la recomendación de que dichas normas tengan carácter imperativo).

En el artículo 5 se hace el reconocimiento jurídico a los mensajes de datos, expresando que no se le negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria por el sólo hecho de estar contenidos en forma electrónica. Básicamente lo que se consagra (al igual que en las legislaciones internas al respecto) es la no discriminación de los mensajes de datos en el ámbito jurídico haciendo posible su equivalencia funcional.

En 1998 se hace una reforma para incluir en el artículo en estudio la llamada "incorporación por remisión" en los siguientes términos:

No se negarán efectos jurídicos, validez ni fuerza obligatoria a la información por la sola razón de que no esté contenida en el mensaje de datos que se supone ha de dar lugar a este efecto jurídico, sino que figure simplemente en el mensaje de datos en forma de remisión. (Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, 1996-1998, art. 5 bis)

A este respecto, el instrumento de la Ley Modelo, en los comentarios de la guía para su incorporación, hace algunas importantes consideraciones con relación a esta figura, señalando por una parte su finalidad en los siguientes términos:

Su finalidad es orientar acerca de la forma en que la legislación cuyo objetivo es facilitar la utilización del comercio electrónico puede regular una situación en la que tal vez sea necesario reconocer determinadas condiciones, aunque no se expresen íntegramente sino que exista una mera remisión a ellos en el mensaje de datos, otorgándoles el mismo grado de validez jurídica que si figurasen íntegramente en el texto del mensaje de datos. Este reconocimiento es aceptable conforme a la legislación de muchos Estados cuando se trata de comunicaciones escritas convencionales, por lo general en el contexto de ciertas normas de derecho que establecen salvaguardias, por ejemplo normas de protección del consumidor. La expresión "incorporación por remisión" se utiliza a menudo como fórmula concisa para describir situaciones en las que un documento se refiere de manera genérica a disposiciones que se detallan en otro lugar, en vez de reproducirlas íntegramente. (Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, 1996-1998 p. 24)

Seguidamente continúan a fin de significar su relevancia práctica en los siguientes términos:

En el ámbito electrónico, la incorporación por remisión se considera con frecuencia esencial para extender la utilización del intercambio electrónico de datos (EDI), el correo electrónico, los certificados numéricos y otras formas de comercio electrónico. Por ejemplo, las comunicaciones electrónicas están estructuradas normalmente de tal forma que se intercambian grandes cantidades de mensajes, cada uno de ellos con un breve contenido de información, y basándose con mucha mayor frecuencia que los documentos escritos en remisiones a información que puede obtenerse en otro lugar. No debe someterse a los usuarios de las comunicaciones electrónicas a la engorrosa obligación de sobrecargar sus mensajes de datos con abundante texto si pueden aprovechar fuentes externas de información, como bases de datos, glosarios o listas de códigos, y utilizar abreviaturas, códigos y otras remisiones a dicha información.

(Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, 1996-1998 p. 24)

Para culminar, refiriéndose a los objetivos destacan de la incorporación por remisión destacan:

Uno de los objetivos del artículo 5 bis es facilitar la incorporación por remisión en el ámbito electrónico eliminando la incertidumbre que existe en muchas jurisdicciones con respecto a si las disposiciones que regulan la incorporación por remisión tradicional son aplicables a la incorporación por remisión en el ámbito electrónico. No obstante, al incorporar el artículo 5 bis al derecho interno, hay que procurar evitar que los requisitos que regulen la incorporación por remisión en el comercio electrónico sean más restrictivos que los ya existentes para el comercio con soporte de papel.

Otro de los objetivos de la disposición es reconocer que no debe interferirse en la legislación sobre protección del consumidor ni en otras leyes nacionales o internacionales de carácter imperativo (por ejemplo, las normas para proteger a la parte más débil en los contratos de adhesión). Este resultado puede obtenerse también dando validez a la incorporación por remisión en el ámbito electrónico "en la medida en que lo permita la ley", o enumerando las normas de derecho que no se ven afectadas por el artículo 5 bis. No debe interpretarse el artículo 5 bis en el sentido de que crea un régimen jurídico específico para la incorporación por remisión en el ámbito electrónico. Conviene más bien entender que el artículo 5 bis, al establecer un principio de no discriminación, permite que las reglas internas aplicables a la incorporación por remisión con soporte de papel sean igualmente aplicables a la incorporación por remisión con fines de comercio electrónico. Por ejemplo, en una serie de jurisdicciones, las normas de derecho imperativo existentes sólo reconocen la incorporación por remisión si se cumplen las tres condiciones siguientes: a) la cláusula de remisión se inserta en el mensaje de datos; b) el documento de referencia, y concretamente sus

condiciones generales, son conocidos realmente por la parte contra la que pueda esgrimirse el documento de referencia, y c) el documento de referencia es aceptado, además de ser conocido, por dicha parte.

(Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, 1996-1998 p. 25)

El artículo 6 y 7 establecen disposiciones dedicadas a la equivalencia funcional que se pretende alcanzar en relación a los documentos soportados en papel con los soportados en medios electrónicos, expresando los requisitos con los que éstos últimos deben cumplir para alcanzar tal equiparación.

Con relación al escrito, en el espectro electrónico se cumple con la formalidad del escrito siempre que el mensaje de datos en donde se almacena el contenido a documentar pueda ser consultado posteriormente.

En cuanto a la firma, cuya función no deja de ser la de identificar a una persona o dar certeza de su presencia en el acto de firmar, la Ley prevé que criterios según los cuales se debe cumplir con la "fiabilidad del método". Por lo general, de acuerdo a relatos de la guía para la incorporación, en lo electrónico la firma puede ser un sello, un perforado, una firma mecanografiada hasta inclusive un membrete (PAG 25 creo), lo que sí existe en el ámbito electrónico ante la diversidad de métodos de identificación, es la natural diferencia (como con las contrataciones en papel) de que distintas firmas añadan un nivel de seguridad mayor o menor. Ya que no es lo mismo, haciendo la analogía con la contratación tradicional, una firma donde el firmante escriba su nombre simplemente, a una firma más elaborada que comprenda líneas entrecruzadas y signos de puntuación o la misma huella dactilar.

El artículo 8 expresa disposiciones relativas al documento original, figura muy utilizada en la contratación tradicional, que en la contratación electrónica no puede ser extrapolada simplemente como el documento en el que por primera vez se consigna la información, ya que en lo electrónico cuando por primera vez se documenta una información se replican copias para cada una de las partes. Sin embargo la ley modelo resuelve adoptando criterios de orden tecnológico para garantizar la integridad del

mensaje con el transcurrir del tiempo.

En el artículo 9 se hace reconocimiento de la admisibilidad y fuerza probatoria de los mensajes de datos, a lo cual no haremos mayor explicación debido a que se sigue la misma línea llevada hasta ahora con relación a su reconocimiento, equivalencia y no discriminación de la información y formato electrónico.

Similar situación ocurre con el artículo 10 pero con la exigencia de la conservación de algunos documentos que en la contratación por papel debe reservarse, aquí en lo electrónico se sigue el criterio para los mensajes de datos de la accesibilidad para ulterior consulta, que se conserve en su formato o con un formato que sea demostrable que puede reproducir con exactitud la información y que se pueda conservar datos tales como fecha y hora del relativos al origen y destino del mensaje.

Con el artículo 10 culmina el capítulo II de la Ley en comento, siendo que a partir del artículo 11 al 15 se desarrollan los que corresponden al tercer capítulo, titulado; Comunicación de los mensajes de datos, en él se establecen disposiciones relacionadas con la formación y validez de los contratos, el reconocimiento y atribución de las partes en cuanto a los mensajes de datos, así como lo tocante a los acuses de recibo y el tiempo y lugar del envío de los mensajes.

En cuanto al artículo 11, referido a la formación y validez de los contratos, la formación se efectúa a la luz del mencionado artículo cuando la oferta y la aceptación se exprese por intermedio de un mensaje de datos. La necesidad de esta prescripción legal radica, en palabras del comentario de la guía en lo siguiente:

...En ciertos países, una disposición enunciada en los términos del párrafo 1) podría considerarse como la mera expresión de algo evidente como que la oferta y la aceptación pueden ser comunicadas por cualquier medio, incluidos los mensajes de datos. No obstante, la disposición es necesaria debido a la incertidumbre que subsiste en numerosos países sobre la posibilidad de que un contrato pueda perfeccionarse válidamente por medios electrónicos...

(Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil

Internacional, 1996-1998 p. 36)

El artículo 12 alusivo al reconocimiento por las partes de los mensajes de datos básicamente consagra o reafirma a los mensajes de datos como medio válido para expresar voluntades, que no sólo se limiten al ámbito de negociaciones contractuales, sino que pueden considerarse válidas para notificaciones u otros actos.

Por su parte, el artículo 13 se refiere a la atribución de los mensajes de datos, donde se señalan los supuestos en los cuales se entiende que el mensaje de datos ha sido enviado por determinada persona. Así se dispone el caso en que el mensaje proviene del mismo iniciador, para cuya determinación es menester precisar; si el mensaje se envió por una persona distinta a él debe estar facultada para hacerlo o si proviene de un sistema de información programado por el iniciador para tal efecto.

Las disposiciones de este artículo en lo mencionado recién, hacen remisión a la figura de la representación o mandato según sea el caso, lo cual en cualquier controversia deberá resolverse conforme a las reglas del derecho interno, sin embargo es conveniente señalar, que hay determinados supuestos en los cuales el iniciador no se podrá desentender de los mensajes atribuibles a él y responderá de ellos así fuesen sido enviados por negligencia o imprudencia.

Con relación al acuse de recibo previsto en el artículo 14 UNCITRAL menciona, la noción de “acuse de recibo” se emplea a menudo para abarcar toda una gama de procedimientos, que van desde el simple acuse de recibo de un mensaje no individualizado a la manifestación de acuerdo con el contenido de un mensaje de datos determinado. En muchos casos, el procedimiento de “acuse de recibo” se utilizaría paralelamente al sistema conocido con el nombre de “petición de acuse de recibo” en las administraciones postales.”

Ahora bien, para culminar el estudio de la primera sección de la ley tenemos el artículo 15, que aborda unos supuestos que suelen ser objeto de controversia o cuanto menos generar dudas por quienes se disponen a iniciar una contratación por medios

electrónicos sin conocer la ubicación de su contraparte.

Dicho artículo aborda lo atinente al tiempo y lugar del envío y la recepción de un mensaje. Con lo relacionado al momento o tiempo del envío el artículo dispone:

1) De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el mensaje de datos se tendrá por expedido cuando entre en un sistema de información que no esté bajo el control del iniciador o de la persona que envió el mensaje de datos en nombre del iniciador.

2) De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el momento de recepción de un mensaje de datos se determinará como sigue:

a) Si el destinatario ha designado un sistema de información para la recepción de mensajes de datos, la recepción tendrá lugar:

i) En el momento en que entre el mensaje de datos en el sistema de información designado; o

ii) De enviarse el mensaje de datos a un sistema de información del destinatario que no sea el sistema de información designado, en el momento en que el destinatario recupere el mensaje de datos;

b) Si el destinatario no ha designado un sistema de información, la recepción tendrá lugar al entrar el mensaje de datos en un sistema de información del destinatario.

(Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, 1996, art. 15)

En cuanto al lugar, respondiendo a la interrogante que busca conocer dónde se tiene por enviado o recibido un mensaje de datos, el artículo resuelve con una solución objetiva, consistente en tener como lugar de envío o recepción donde el iniciador, y el destinatario por su parte, tengan su establecimiento (que bien puede entenderse como

el establecimiento de operaciones comerciales o lugar de residencia habitual de la persona según sea el caso), dejando de lado el examen de saber en qué sitio se encuentran en el momento en que envían o reciben. La solución propuesta en la ley es brillante a criterio del aquí autor, ya que el fundamento que exponen en la guía entraña una lógica irrefutable, al mencionar:

....El párrafo 4) tiene, pues, la principal finalidad de asegurar que el lugar en que se encuentra el sistema de información no sea el elemento determinante, y que haya un vínculo razonable entre el destinatario y lo que se considere el lugar de recepción, y que el iniciador pueda determinar fácilmente ese lugar...

(Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, 1996, p. 47)

De esta manera la Ley Modelo resuelve un importante punto a fin de evitar determinaciones innecesarias del lugar exacto en donde se encontraban los contratantes al momento de enviar el mensaje, lo cual contribuye a una mayor seguridad jurídica para las partes en la contratación.

Parte Especial de la Ley Modelo

Ahora corresponde abordar los dos artículos finales de la Ley Modelo, que corresponden ya a la segunda parte, alusiva al comercio electrónico en materias específicas en donde aborda lo relacionado con el transporte de mercancías.

Como se indicó, en este apartado ya la Ley se aboca a la parte comercial directamente, sin embargo a fecha de hoy naturalmente surge la interrogante ¿Por qué sólo se prevén dos artículos y ambos sobre el transporte de mercancía?

La respuesta la podemos hallar en lo dispuesto como introducción en la "guía para la incorporación" de la ley modelo previo al estudio de la figura antes dicha, al justificar el hecho de que sólo se dispusieran dos artículos y sobre tal materia de la siguiente manera:

Al preparar la Ley Modelo, la Comisión tomó nota de que el transporte de

mercancías era la rama comercial en la que era más probable que se recurriera a las comunicaciones electrónicas, por lo que era asimismo aquella en la que se necesitaba más urgentemente un marco jurídico que facilitara el empleo de esos medios de comunicación. Los artículos 16 y 17 enuncian ciertas disposiciones que son, por igual, aplicables a los documentos de transporte no negociables y a la transferencia de derechos en las mercancías por medio de un conocimiento de embarque negociable o transferible. Los principios enunciados en el artículo 16 y el 17 son aplicables no sólo al transporte marítimo sino también al transporte de mercancías por otros medios, tales como al transporte aéreo y al transporte por carretera y ferrocarril.

(Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, 1996, p.p 45, 46)

Así pues, queda despejada la interrogante planteada no siendo más se abordarán ambas disposiciones.

El artículo 16 se refiere a los actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías. En el transporte de mercancías suelen requerirse variados tipos de documentos que el artículo menciona a título ilustrativo no limitándose sólo a ellos, pero con el objetivo de que tal prescripción sirva para significar el ámbito de aplicación del capítulo que se inicia.

Ello para que el artículo 17 aborde lo relativo a los documentos de transporte, artículo éste que se reproducirá textualmente a fin de poder vislumbrar y comentar los distintos documentos y su tratamiento:

1) Con sujeción a lo dispuesto en el párrafo 3), en los casos en que la ley requiera que alguno de los actos enunciados en el artículo 16 se lleve a cabo por escrito o mediante un documento que conste de papel, ese requisito quedará satisfecho cuando el acto se lleve a cabo por medio de uno o más mensajes de datos.

2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado

en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que no se lleve a cabo el acto por escrito o mediante un documento.

3) Cuando se conceda algún derecho a una persona determinada y a ninguna otra, o ésta adquiriera alguna obligación, y la ley requiera que, para que ese acto surta efecto, el derecho o la obligación hayan de transferirse a esa persona mediante el envío, o la utilización, de un documento, ese requisito quedará satisfecho si el derecho o la obligación se transfiere mediante la utilización de un o más mensajes de datos, siempre que se emplee un método fiable para garantizar la singularidad de ese mensaje o esos mensajes de datos.

4) Para los fines del párrafo 3), el nivel de fiabilidad requerido será determinado a la luz de los fines para los que se transfirió el derecho o la obligación y de todas las circunstancias del caso, incluido cualquier acuerdo pertinente.

5) Cuando se utilicen uno o más mensajes de datos para llevar a cabo alguno de los actos enunciados en los incisos f) y g) del artículo 16, no será válido ningún documento utilizado para llevar a cabo cualquiera de esos actos, a menos que se haya puesto fin al uso de mensajes de datos para sustituirlo por el de documentos. Todo documento que se emita en esas circunstancias deberá contener una declaración a tal efecto. La sustitución de mensajes de datos por documentos no afectará a los derechos ni a las obligaciones de las partes.

6) Cuando se aplique obligatoriamente una norma jurídica a un contrato de transporte de mercancías que esté consignado, o del que se haya dejado constancia, en un documento, esa norma no dejará de aplicarse a un contrato de transporte de mercancías del que se haya dejado constancia en uno o más mensajes de datos por razón de que el contrato conste en ese mensaje o esos mensajes de datos en lugar de constar en un documento.

7) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...]

(Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, 1996, art. 17)

El numeral siete obedece a una práctica común en la Ley para dar espacio a las legislaciones internas de establecer excepciones conforme a los principios imperantes en sus ordenamientos jurídicos.

Con relación a los demás supuestos mencionados, resulta conveniente aclarar un punto que se menciona en el numeral tres (puesto que refiere a una institución base de la cual se reforzará en numerales siguientes), cuando se menciona "siempre que se emplee un método fiable para garantizar la singularidad..." a éste respecto la guía expresa:

La lectura conjunta del párrafo 3) y del párrafo 4) tiene por objeto asegurar que un derecho sólo podrá ser transferido a una sola persona, y que sólo una sola persona podrá en un momento dado invocar ese derecho. Esos dos párrafos introducen, por así decir, un requisito que cabe designar como la "garantía de singularidad". Todo procedimiento por el que sea posible transferir un derecho o una obligación por vía electrónica, en lugar de mediante la entrega de un documento de papel, deberá llevar incorporada la garantía de singularidad como rasgo esencial del mismo. Toda red de comunicaciones debe disponer de un dispositivo técnico de seguridad que ofrezca a la comunidad comercial esa garantía de singularidad y la fiabilidad de ese dispositivo deberá ser demostrada convincentemente.

Tal vez convenga aclarar algo más la noción de la "singularidad" de un mensaje de datos, ya que de lo contrario pudiera ser interpretada erróneamente. Por una parte, todo mensaje de datos enviado a una persona es necesariamente único, aun cuando su función sea la de duplicar un mensaje anterior, ya que ese mensaje de datos será enviado en un momento necesariamente distinto que el de todo otro mensaje de datos enviado anteriormente a esa misma persona

De esta manera se culmina el estudio de los artículos de la Ley Modelo. Para finalizar resulta de suma importancia hacer mención a que de acuerdo al texto introductorio de la misma ley, la presente debe tenerse como una ley "marco" que habrá de ser completada por un reglamento técnico, a este respecto resulta oportuno

hacer el cierre de su estudio con lo que establece la guía el instrumento de la ley con relación a lo expresado.

La Ley Modelo tiene por objeto enunciar los procedimientos y principios básicos para facilitar el empleo de las técnicas modernas de comunicación para consignar y comunicar información en diversos tipos de circunstancias. No obstante, se trata de una ley “marco” que no enuncia por sí sola todas las reglas necesarias para aplicar esas 20 técnicas de comunicación en la práctica. Además, la Ley Modelo no tiene por objeto regular todos los pormenores del empleo del comercio electrónico. Por consiguiente, el Estado promulgante tal vez desee dictar un reglamento para pormenorizar los procedimientos de cada uno de los métodos autorizados por la Ley Modelo a la luz de las circunstancias peculiares y posiblemente variables de ese Estado, pero sin merma de los objetivos de la Ley Modelo. Se recomienda que todo Estado que decida reglamentar más en detalle el empleo de estas técnicas procure no perder de vista la necesidad de mantener la encomiable flexibilidad del régimen de la Ley Modelo. 14. Cabe señalar que, además de plantear cuestiones de procedimiento que tal vez hayan de ser resueltas en el reglamento técnico de aplicación de la ley, las técnicas para consignar y comunicar información consideradas en la Ley Modelo pueden plantear ciertas cuestiones jurídicas cuya solución no ha de buscarse en la Ley Modelo, sino más bien en otras normas de derecho interno, como serían las normas eventualmente aplicables de derecho administrativo, contractual, penal o procesal, las cuales quedan fuera del ámbito asignado a la Ley Modelo.

(Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, 1996, p.p 20,21)

IV.-LEGISLACIÓN COLOMBIANA EN CUANTO AL COMERCIO ELECTRÓNICO.

La elección de Colombia como país con el cuál hacer comparación en cuanto a las

disposiciones legales que regulan el comercio electrónico se debe en primer lugar, a la cercanía existente, tanto territorial como cultural, y en segundo lugar a que de los países de la región, es uno de los más avanzados en materia legislativa si a comercio electrónico nos referimos.

Como corolario de lo recién expresado, el mencionado país vecino cuenta con distintos instrumentos que regulan en determinados aspectos al comercio electrónico, así cuentan con; la ley 527 de 1999 (comúnmente llamada ley de comercio electrónico), la ley 1480 de 2011 (estatuto del consumidor), el decreto 2364 de 2012 que reglamenta la firma electrónica y el decreto 333 de 2014 que define el régimen de acreditación con el que deben cumplir las entidades de certificación, entre algunas otras normativas relacionadas con la materia pero más orientadas al ámbito tributario e industrial, comentemos un poco los aspectos más resaltantes de los instrumentos mencionados.

Ley 527 de 1999 Sobre Comercio Electrónico.

La ley 527 de 1999 surge bajo el marco brindado por la CNUDMI al que hicimos mención en el capítulo anterior, en ella se desarrollan rigurosamente los principios de la Ley Modelo, sin embargo naturalmente el número de artículos es mayor (47 de los cuales el 41 y 42 fueron derogados) en comparación a la ley modelo por cuanto aquí se desarrollan con mayor profundidad las instituciones sugeridas en el instrumento marco de la CNUDMI.

De allí que no tendría caso reproducir nuevamente disposiciones que ya fueron abordadas en el estudio del capítulo anterior, de las cuatro partes en las que se divide la ley, la primera referida a la parte general y la segunda relacionada con el comercio electrónico en materias específicas donde igualmente se desarrolla lo atinente al transporte mercancías, son en esencia una incorporación fiel (con sus contadas excepciones que puntualizaremos más adelante) de los artículos de la ley marco de la CNUDMI.

Firmas Digitales y Entidades de Certificación.

La tercera parte de la ley de comercio electrónico colombiana, contempla una serie

de disposiciones concernientes a la firma digital, certificados y entidades de certificación, parte ésta que sí supone un desarrollo más a fondo de lo que la Ley Modelo estableció en sus disposiciones con relación a la firma por medios electrónicos, ello creemos que fue así debido a que el legislador Colombiano estaba consciente de que lo relacionado con las firmas supone un punto clave para dotar de seguridad a las transacciones comerciales llevadas a cabo por medios electrónicos.

Así pues, en este punto es importante señalar que la ley 527 consagra en sus disposiciones dos tipos de firmas, a saber, la firma electrónica que es definida en el artículo 7 ejusdem, (que a su vez es una incorporación fiel del artículo 7 de la Ley Modelo) cuyo tratamiento legal extendido se reglamenta en el decreto 2364 de 2012, y la firma digital definida en el artículo 2 literal "c" de la siguiente manera:

Se entenderá como un valor numérico que se adhiere a un mensaje de datos y que, utilizando un procedimiento matemático conocido, vinculado a la clave del iniciador y al texto del mensaje permite determinar que este valor se ha obtenido exclusivamente con la clave del iniciador y que el mensaje inicial no ha sido modificado después de efectuada la transformación; (Ley 527, 1999, art. 2 literal c)

A este respecto es fundamental entender y poder distinguir la diferencia existente entre una firma electrónica y una firma digital, ya que contrario a lo que pueda pensar el común de las personas no es lo mismo, al menos no para el derecho. Para ilustrar con sustento la presente afirmación citemos lo expresado por Ferrari (2017) cuando al referirse a las diferencias entre las firmas en comento expone:

La diferencia entonces es fundamentalmente probatoria, pues si bien la firma digital de manera automática incorpora la autenticidad, integridad y no repudio, en la firma electrónica es necesario probarla, además de determinar que se trata de un mecanismo confiable y apropiable. (p. 41)

Así, continúa el citado autor expresando:

Las características de la firma digital, entonces hicieron que el legislador le

confiriera una presunción de confiabilidad y “apropiabilidad”, que no hace necesario el acuerdo previo entre las partes para que se definan, pues se dan de manera automática. Para que se entienda válidamente emitida una firma digital en Colombia se requiere de la intervención de un tercero de confianza denominado “entidad de certificación”, que avala precisamente la identidad de quien aparece como titular de la firma digital. Es así que existe en este modelo un tercero, que a través de procedimientos idóneos, verifica de manera exhaustiva la identidad de las personas. (p.p. 41,42)

Como se puede deducir de lo recién expuesto, las entidades de certificación resultan fundamentales para dotar de seguridad las transacciones electrónicas cifradas por medio de firmas digitales, pues son las encargadas de garantizar la identidad de los firmantes.

En razón del procedimiento que se sigue para la identificación de las partes por vía de la firma digital, la ley les concede a éstas en su favor, tres atributos base en la emisión de la misma que contribuye a la seguridad jurídica, éstas son:

Autenticidad; que precisa sin ambigüedades quién se compromete

Integridad: Garantía de que el mensaje firmado no esté alterado

No repudio: Una vez comprometida determinada persona no podrá retractarse o negar su anuencia al mensaje o acto.

Ahora bien, continuando con el desarrollo de las firmas y las entidades de certificación como requisito fundamental para dotar de seguridad las transacciones electrónicas en el marco de la Ley 527 de 1999, resulta oportuno mencionar quiénes son los encargados en Colombia de librar estas certificaciones, de acuerdo con Ferrari (2017): "La firma digital es un documento que emiten tres empresas a nivel nacional: Certicámara, Gestión de Seguridad Electrónica y Andes SCD, permitiendo identificar de manera inequívoca a una persona en medios digitales" (p. 43)

Queda claro entonces que la firma digital y la electrónica son diferentes, la firma digital tiene un procedimiento específico para su emisión, así como características

propias en su creación, el nivel de seguridad que se alcanza con las firmas digitales es mayor del que se pueda alcanzar con la firma electrónica por los motivos antes expuestos al momento de señalar la diferencia probatoria fundamental en la necesidad de hacer valer en juicio la autenticidad y conveniencia en ésta última.

Sin embargo, es conveniente que coexistan ambos tipos de firma, no quiere decir que la firma electrónica sea menos confiable ni mucho menos, para ello el decreto 2364 de 2012 se encarga de establecer todo un procedimiento para dotar de certeza lo atribuido por medio de una firma electrónica.

Ley 1480 de 2011. Estatuto del Consumidor.

El estatuto del consumidor como su nombre lo indica, tiene por finalidad tutelar los intereses de los consumidores que pudieran verse afectados en la contratación en general, así como establecer una serie de garantías en su favor, en el capítulo V se refiere en este contexto a las ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia y en el capítulo VI a la protección del consumidor en el comercio electrónico. Repasemos de manera general el propósito y necesidad de las referidas prescripciones legales.

Ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia.

El capítulo V del Estatuto cuyo título refiere como ya se mencionó, a las ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia, consagra tres artículos, uno (el 46) dedicado a los deberes especiales del productor y proveedor, el 47 referido al retracto y el 48 hace mención a una exigencia hacia los productores para dejar constancia de la aceptación del adherente a las condiciones generales de la contratación.

Entre los deberes enlistados en el artículo 46 a grosso modo hallamos; el deber de cerciorarse que el producto fue enviado al consumidor y no a otra persona, permitir reclamaciones y devoluciones por el mismo medio por el cual contrataron, mantener informado al consumidor sobre los datos de la transacción e informar previo a la adquisición el derecho de retracto, el tiempo para ejercerlo, término de duración de las

condiciones de las condiciones comerciales y el periodo de entrega del bien.

Seguido a ello continúa el Estatuto con la figura del retracto, a la cual le considera quien aquí suscribe especial relevancia a fin de que los consumidores se sientan más seguros para ejercer el comercio B2C, así es definida la figura del retracto por el Estatuto con sus debidas excepciones:

Derecho de Retracto

Retracto. En todos los contratos para la venta de bienes y prestación de servicios mediante sistemas de financiación otorgada por el productor o proveedor, venta de tiempos compartidos o ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia, que por su naturaleza no deban consumirse o no hayan comenzado a ejecutarse antes de cinco (5) días, se entenderá pactado el derecho de retracto por parte del consumidor. En el evento en que se haga uso de la facultad de retracto, se resolverá el contrato y se deberá reintegrar el dinero que el consumidor hubiese pagado.

El consumidor deberá devolver el producto al productor o proveedor por los mismos medios y en las mismas condiciones en que lo recibió. Los costos de transporte y los demás que conlleve la devolución del bien serán cubiertos por el consumidor.

El término máximo para ejercer el derecho de retracto será de cinco (5) días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la celebración del contrato en caso de la prestación de servicios.

Se exceptúan del derecho de retracto, los siguientes casos:

1. En los contratos de prestación de servicios cuya prestación haya comenzado con el acuerdo del consumidor;
2. En los contratos de suministro de bienes o servicios cuyo precio esté sujeto a

fluctuaciones de coeficientes del mercado financiero que el productor no pueda controlar;

3. En los contratos de suministro de bienes confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor o claramente personalizados;
4. En los contratos de suministro de bienes que, por su naturaleza, no puedan ser devueltos o puedan deteriorarse o caducar con rapidez;
5. En los contratos de servicios de apuestas y loterías;
6. En los contratos de adquisición de bienes perecederos;
7. En los contratos de adquisición de bienes de uso personal.

El proveedor deberá devolverle en dinero al consumidor todas las sumas pagadas sin que proceda a hacer descuentos o retenciones por concepto alguno. En todo caso la devolución del dinero al consumidor no podrá exceder de treinta (30) días calendario desde el momento en que ejerció el derecho. (Ley 1480, 2014, art. 47)

Tras la cita, se puede precisar que la figura del retracto, tal y como está planteada ofrece un margen de seguridad mayor para el consumidor en la motivación para animarse a contratar por medios electrónicos, sin embargo y a pesar de las excepciones enumeradas en la reciente transcripción del artículo, conviene preguntarse cuán aplicable en la práctica resultaría esa figura y si de su aplicación no se lesionarían derechos del proveedor. A pesar de la interrogante acerca de su efectiva aplicación, es importante para el consumidor contar con un aval de este tipo, además de los derechos que puede hacer valer en virtud de los deberes impuestos a los proveedores de bienes y servicios a distancia.

Protección al consumidor de comercio electrónico

Con relación al capítulo dedicado a la "Protección al consumidor de comercio electrónico" consagra en su artículo 50 una serie de requisitos y disposiciones de orden procedimental que conviene señalar.

En cuanto a los requisitos, de manera breve expresemos la necesidad del comerciante de:

Informar todo lo relacionado con su identidad y datos de contacto.

Informar todo lo relacionado con las características del producto incluyendo el plazo de validez de la oferta.

Informar los medios de que dispone para realizar el pago, tiempo de entrega del bien, el derecho de retracto que le asiste así como el plazo para ejercerlo

Hacer público por el medio de contratación las condiciones generales del contrato haciéndolos de fácil obtención y descarga de manera que el consumidor pueda estar bien informado.

Mantener mecanismos de soporte y seguridad que resguarden la autenticidad e integridad de la transacción y de los datos del consumidor, siendo responsable de las fallas que se pudieran ocasionar en la utilización de los medios dispuestos por él, sean propios a ajenos.

Disponer en el mismo medio de la contratación canales regulares para ejercer reclamos, quejas o peticiones.

Hasta aquí las cuestiones que se consideran requisitos de exigencia dentro del artículo, bajo el mismo artículo existen disposiciones interesantes de orden procedimental que consideramos conveniente ilustrar de manera práctica para comprender su importancia.

Tales prescripciones las hallamos en el literal d) a partir del primer acápite, que dispone:

Previamente a la finalización o terminación de cualquier transacción de comercio electrónico, el proveedor o expendedor deberá presentar al consumidor un resumen del pedido de todos los bienes que pretende adquirir con su descripción completa, el precio individual de cada uno de ellos, el precio total de los bienes o servicios y, de ser aplicable, los costos y gastos adicionales que

deba pagar por envío o por cualquier otro concepto y la sumatoria total que deba cancelar. Este resumen tiene como fin que el consumidor pueda verificar que la operación refleje su intención de adquisición de los productos o servicios ofrecidos y las demás condiciones, y de ser su deseo, hacer las correcciones que considere necesarias o la cancelación de la transacción. Este resumen deberá estar disponible para su impresión y/o descarga.

La aceptación de la transacción por parte del consumidor deberá ser expresa, inequívoca y verificable por la autoridad competente. El consumidor debe tener el derecho de cancelar la transacción hasta antes de concluirla.

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, con información precisa del tiempo de entrega, precio exacto, incluyendo los impuestos, gastos de envío y la forma en que se realizó el pago.

Queda prohibida cualquier disposición contractual en la que se presuma la voluntad del consumidor o que su silencio se considere como consentimiento, cuando de esta se deriven erogaciones u obligaciones a su cargo. (Ley 1480, 2014, art. 50 literal d)

Así también, en el mismo artículo, por el literal h) se estableció:

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 obtener la 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.

Reversión de pago.

Esta institución está prevista en el artículo 51, la cual debe ser interpretada con la del retracto, para los casos en que sea objeto de fraude, equivocación o defecto el consumidor en la contratación electrónica, operando también en el plazo de 5 días.

Así también, en el artículo 54 se prevén medidas cautelares de bloqueo temporal del sitio web de 30 días, prorrogables por 30 días más cuando existan indicios graves que por dicho medio se están violando los derechos de los consumidores.

V.-EXAMEN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN VENEZUELA Y COLOMBIA.

A continuación, corresponde realizar un examen comparativo de las regulaciones legales del comercio electrónico en Venezuela con las de Colombia de acuerdo a como las hemos venido desarrollando.

En este sentido, el aquí autor considera que cuando a regulación legal del comercio electrónico nos referimos, es importante distinguir la naturaleza de las distintas prescripciones legales que posibilitan un ejercicio óptimo del mismo. De allí que para efectos del presente trabajo se concluya en segmentar la naturaleza antes mencionada de la siguiente manera:

- 1) Normas que incorporan los aspectos generales sobre la validez de los mensajes de datos, firmas electrónicas y entidades de certificación.
- 2) Reglamentación técnica que profundiza los aspectos generales sobre mensaje de datos, firmas electrónicas y entidades de certificación.
- 3) Disposiciones especiales en materias específicas del comercio electrónico
- 4) Normas dedicadas a la protección del consumidor electrónico.

	Venezuela	Colombia
1) Normas que incorporan los aspectos generales sobre la validez de los mensajes de datos, firmas electrónicas y entidades de certificación.	Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas	Ley 527 de 1999 Sobre Comercio Electrónico
2) Reglamentación técnica que profundiza los aspectos generales sobre mensaje de datos, firmas electrónicas y entidades de certificación.	No dispone	Decreto Ley 2364 de 2012. Reglamentación de la firma electrónica en desarrollo del artículo 7 de la Ley 527 de 1999. Decreto Ley 333 de 2014. Define el régimen de acreditación de las entidades de certificación
3) Disposiciones especiales en materias específicas del	No dispone	Ley 527 de 1999 sobre Comercio Electrónico Artículos 26 y 27.

comercio electrónico		
4) Normas dedicadas al consumidor electrónico	No dispone	Ley 1480 de 2014. Estatuto del Consumidor Artículos 46 al 54.

- 1) Normas que incorporan los aspectos generales sobre la validez de los mensajes de datos, firmas electrónicas y entidades de certificación

Como ya se abordó en los distintos capítulos dedicados al comercio electrónico en Venezuela y Colombia respectivamente, se observa el debido reconocimiento de los mensajes de datos como equivalente funcional del documento escrito con soporte en papel, ello de acuerdo al mandato de la Ley Modelo, de igual forma antes estudiada.

En esencia las disposiciones, al ser una incorporación auspiciada por la Ley Modelo, son las mismas. El objeto y propósito son el mismo; reconocer la validez funcional y eficacia probatoria de los actos que se materialicen mediante medios electrónicos.

A este respecto Venezuela se puede decir que está a la par del vecino país, pues la Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas cumple con la función de aportar al ordenamiento jurídico un marco base para concretar relaciones contractuales mediante el uso de medios electrónicos y ofrece las pautas mínimas para su ejecución, ello (como se mencionó en su momento al abordar el respectivo capítulo) es un presupuesto indispensable y necesario a partir del cual se deberá erigir la reglamentación dedicada al comercio electrónico, pues haciendo la analogía en el derecho tradicional y siguiendo la línea discursiva del presente ensayo, las disposiciones generales para el reconocimiento del mensaje de datos y la firma electrónica vendría haciendo las veces del equivalente funcional de las disposiciones base en materia contractual y probatoria contenidas en el código civil y el Código de Procedimiento Civil, sobre todo éste último.

Ya que las prácticas comerciales, actos, documentos y contratos a los fines de poder hacerse valer en juicio, deben de cumplir con los requerimientos mínimos establecido en el Código de Procedimiento Civil, de allí es que emanan los conceptos y principios base sobre los cuales después, la ley mercantil sustantiva, profundiza y añade ciertos requisitos para su validez, que dicho sea de paso, no es que sean menos importantes, ya que son útiles y necesarios acorde a la especificidad de la materia.

Un punto diferencial entre la legislación Venezolana y la Colombiana en cuanto a los aspectos generales estudiados en este apartado, es el relacionado con las firmas, en Venezuela, quizá por una cuestión de sujeción al principio de neutralidad tecnológica (aunque en Colombia también se sigue tal principio y lo resolvieron adoptando ambas firmas), no se consagró a la firma digital, sólo a la electrónica. Ya antes al abordar lo relativo a la firma digital, pudimos observar el procedimiento que se sigue y el nivel de seguridad que ofrecen tales firmas, no obstante esa salvedad, en los demás aspectos generales la comparativa está muy equilibrada.

A modo de conclusión a este respecto, podemos afirmar que tanto Venezuela (a través de la Ley de Mensaje de Datos y Firmas electrónicas) y Colombia (a través de la Ley 527 de 1999 sobre comercio electrónico) cumplen con esta la categoría alusiva a los aspectos generales para el reconocimiento de los mensajes de datos y firmas electrónicas.

- 2) . Reglamentación técnica que profundiza los aspectos generales sobre mensaje de datos, firmas electrónicas y entidades de certificación.

Tal como lo sugiere la Ley Modelo, en el sentido de que las disposiciones generales consagradas por dicha ley y que fueron replicadas por las leyes antes mencionadas, fueran complementadas por un reglamento técnico que profundice lo allí consagrado a fin de que se adapten al ordenamiento jurídico interno de cada país, Colombia promulgo desde la fecha de redacción de la Ley 527 en 1999 hasta día de hoy, un gran número de decretos que conforme al avance tecnológico y las políticas del Estado iban adaptándose a las necesidades de brindar seguridad a las transacciones electrónicas en orden de profundizar en materia legal y organizacional (en cuanto a las facultades

de las superintendencias y los procesos de acreditación de las entidades de certificación).

Actualmente cuentan con el Derecho 2364 de 2012 que reglamenta uno de los tipos de firma consagrados en la Ley 527, a saber, la electrónica. Y con el decreto 333 de 2014 que regula lo concerniente al régimen de acreditación de las entidades de certificación.

Por su parte, Venezuela no dispone de ninguna ley o reglamento dedicado a profundizar los aspectos generales en materia de la contratación electrónica que consagraron en la Ley de Mensaje de Datos y Firmas electrónicas, como incorporación de los principios aportados por la Ley Modelo. Lo cual evidentemente constituye un punto de atraso en materia legislativa en detrimento de mejorar la contratación electrónica (y con ella la comercial) en el país.

3) . Disposiciones especiales en materias específicas del comercio electrónico.

En general, no son muchas las disposiciones que los distintos instrumentos estudiados han dispuesto de manera dedicada al comercio electrónico en materias específicas, tanto la Ley Modelo, como la Ley 527 en Colombia lo hicieron sólo con dos artículos y ambos referidos al transporte de mercancías, su texto es casi el mismo, no obstante, su adición a la norma tiene una trascendencia vital ya que por el sólo hecho de regular un aspecto en materia comercial es posible significa sentar el precedente para ir aplicando a las distintas instituciones del derecho mercantil las prácticas comerciales propias de la materia por medios electrónicos

En cambio, Venezuela no incorporó las disposiciones mencionadas a ningún instrumento, no lo hizo a la Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas por cuanto el objeto de dicha ley no era para fines comerciales, ya anteriormente mencionamos que la Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas no era una ley de comercio electrónico y una prueba concluyente de ello es precisamente la no inclusión de las regulaciones en materia de transporte de mercancías como rama del derecho mercantil que caracterice o vincule las disposiciones generales contenidas en el instrumento con el área comercial.

Tras lo dicho entonces queda en evidencia nuevamente otra marcada diferencia entre la regulación del comercio electrónico de Colombia y la Venezolana.

4) Normas dedicadas a la protección del consumidor electrónico.

Con respecto a este punto, ya antes pudimos estudiar la normativa de Colombia con relación al comercio electrónico en el marco de la protección al consumidor, cuando hicimos alusión a la Ley 1480 de 2011 conocida como el estatuto del consumidor.

En ella se establecieron distintas garantías al consumidor con base a exigencias o requisitos impuestos al proveedor de productos en línea que como fue significado en su momento, se constituyen en pilares fundamentales y necesarios para que el consumidor sepa en todo momento el estado de su transacción, conozca los detalles de la empresa con la cual contrata, los detalles del producto, los detalles de la contratación, los derechos que le asisten como el del retracto, de reversión, y todo un compendio de garantías que coadyuvan en la confianza y seguridad del consumidor que entiende que la contratación comercial electrónica es legal y está plenamente regulada por el ordenamiento jurídico de su país, y que ante cualquier contratiempo o fraude, contará con los recursos jurídicos e institucionales para obtener un resarcimiento de la lesión a su patrimonio.

Por su parte, el caso Venezolano lamentablemente es muy distinto, pues como bien puntualizamos en el capítulo dedicado al comercio electrónico en Venezuela, la Ley para la Defensa de las Personas en el Acceso de Bienes y Servicios era el instrumento jurídico que había establecido en sus disposiciones normas relacionadas con el comercio electrónico en el contexto de la protección al consumidor; ellas incluían definición, deberes del proveedor, información confiable, confiabilidad en el pago, garantías y reembolso, entre otras. Si bien, las disposiciones de esa ley no eran las más completas comparándolas con las de la ley 1480 colombiana, al menos servían de marco normativo para el tutelaje legal del consumidor al contratar por medios electrónicos.

Al entrar en vigencia la Ley Orgánica de Precios Justos (en lo adelante LOPJ), queda derogada la Ley para la Defensa de las Personas en el Acceso de Bienes y

Servicios. La LOPJ del 2015 a criterio de quien aquí suscribe estuvo marcada por un contexto político complicado de hiperinflación ante la cual la respuesta errada y desesperada de los dirigentes políticos de la nación, fue dedicar toda la atención de la protección del consumidor sobre el control de precios que terminó más que remediando la hiperinflación, empeorando la situación generando además de la hiperinflación una escasez de productos severa.

El punto es que dada la motivación política detrás de la Ley Orgánica de Precios Justos, el legislador obvió repetir las disposiciones que se venían consagrando desde la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario del 2004, refrendadas por la Ley para la Defensa de las Personas en el Acceso de Bienes y Servicios del 2010 en cuanto al comercio electrónico.

La LOPJ como ley de protección al consumidor sólo menciona en dos oportunidades la palabra "electrónico" en el contexto de la utilización de los medios a los que hemos dedicado el presente trabajo. La primera es en su artículo dos para referirse a que el ámbito de aplicación de la ley se extendía a las actividades económicas practicadas en el territorio nacional incluyendo las llevadas a cabo por medios electrónicos. Y la segunda, en el artículo 55 haciendo referencia a las sanciones en que se incurrirían por la reventa de productos, especificando que tal sanción se extendía a la reventa efectuada por medios electrónicos.

Sin embargo, a pesar de la afirmación genérica del artículo dos, las disposiciones de la LOPJ no regulan en lo absoluto situaciones propias del comercio electrónico en resguardo del consumidor, como sí lo hacían las leyes anteriores en la materia de protección al consumidor y como sí lo hace la ley 1480 en el caso colombiano.

Tras haber abordado las normas de protección al consumidor consagradas en el estatuto 1480 se puede concluir que contar con normas de ese tipo son fundamentales y necesarias para un desarrollo óptimo y sin mayores dificultades del comercio electrónico en su modalidad de B2C (Business to Consumer o de Negocio a Consumidor). Ello es absolutamente necesario dado el nivel de desconocimiento en el manejo de las herramientas tecnológicas que por lo general suele tener el consumidor

común, sin mencionar la desigualdad económica que desbalancea un poco la situación y que las normas de protección al consumidor en una materia tan susceptible de fraudes está en la obligación de balancear pero que lamentablemente en el caso Venezolano para la actualidad no es así.

CONCLUSIONES

A los fines de hacer las debidas conclusiones del t3pico abordado, es importante se1alalar que las mismas tendr3n un doble enfoque, por una parte est3 el te3rico legal, donde describiremos a tenor del an3lisis normativo realizado de car3cter comparativo, las disposiciones legales con que cuenta Venezuela y sus respectivas carencias, y por otra parte un enfoque m3s pr3ctico, donde reflexionaremos de manera conclusiva acerca de aquellas variables que motivan el desarrollo del comercio electr3nico y que nuestro ordenamiento jur3dico considera o deber3a de considerar, dejando el mensaje a empresas y consumidores para que a falta de regulaci3n legal que lo establezca, conozca las motivaciones y garant3as propias del ejercicio comercial llevado a cabo por medios electr3nicos y pueda, porque no, tomar sus debidos recaudos al momento de iniciar la contrataci3n comercial electr3nica.

As3 pues, pasemos entonces a concluir (de acuerdo al estudio hecho) en lo legal que:

- Venezuela cuenta con disposiciones jur3dicas que reconocen la validez y eficacia probatoria de los Mensajes de datos y las firmas electr3nicas.
- El reconocimiento legal de las disposiciones relativas a la validez y eficacia probatoria de los Mensajes de datos y firmas electr3nicas son un presupuesto necesario para poder regular con amplitud las relaciones comerciales llevadas a cabo por la v3a electr3nica.
- Venezuela no adopt3 totalmente las recomendaciones de la Ley Modelo de la Comisi3n de Naciones Unidas Sobre Derecho Mercantil Internacional sobre comercio electr3nico como s3 lo hizo Colombia.
- Venezuela no cuenta con reglamentos t3cnicos que profundicen en los pormenores de las disposiciones que replic3 de la Ley Modelo a diferencia de Colombia que desarroll3 algunos aspectos de manera dedicada por distintos decretos.
- Venezuela carece de una legislaci3n que regule aspectos espec3ficos del comercio electr3nico en comparaci3n con Colombia.

-Venezuela se encuentra desprovista de normas que amparen los derechos de los consumidores en las relaciones comerciales llevadas a cabo por medios electrónicos

-Colombia sí cuenta con disposiciones que amparan los derechos de los consumidores en las relaciones comerciales electrónicas y establece instituciones que conviene replicar.

-A rasgos generales la legislación Venezolana es incipiente en cuanto a comercio electrónico se refiere, aún más en comparación con Colombia, país en donde se ha desplegado no sólo una cantidad oportuna de normas sino que a nivel institucional ha destinado recursos humanos y financieros para hacer del comercio electrónico un modelo transaccional que cobre fuerza y contribuya al crecimiento de la nación.

En lo práctico:

-El comercio electrónico se desarrolla en los países (como es el caso Venezolano) a pesar de previsión legal alguna que lo contemple, ello en razón de las facilidades (mejores y mayores ofertas, precios, acceso a información, comodidad, entre otras) que ofrece, de allí que sea completamente normal en el caso bajo estudio que las legislaciones estén rezagadas en la promulgación y adaptación del ordenamiento jurídico a las prácticas comerciales electrónicas.

-De las facilidades antes sugeridas, la información aportada por las partes involucradas en las transacciones comerciales electrónicas es fundamental para garantizar la efectividad de las mismas.

-Es importante que la sociedad, resaltando al consumidor como figura menos conocedora de las particularidades del comercio electrónico, conozca las instituciones a las que en determinada situación podría acudir para solicitar tutela ante alguna posible lesión de sus derechos en la contratación electrónica.

RECOMENDACIONES:

En el mismo orden de ideas en cuanto al enfoque de las conclusiones, debemos atender a que nuestras recomendaciones serán abordadas desde el aspecto teórico legal (sugiriendo las debidas reformas que serán necesarias aplicar en el caso Venezolano para avanzar en el tema objeto de estudio) y desde el aspecto práctico, en el entendido de que a falta de una legislación completa que regule de manera amplia los pormenores del comercio electrónico, los actores involucrados puedan desarrollar prácticas (cuyo fundamento emana del establecimiento normativo en el caso colombiano) que contribuyan a un ejercicio del comercio electrónico óptimo sin mayores espacios para conflictos.

Así pues, en cuanto a lo legal tenemos que a la luz del estudio realizado se sugiere:

- Revisar el escaso tratamiento legal existente en Venezuela sobre el comercio electrónico.
- Adoptar totalmente las disposiciones ofrecidas por la Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas sobre el Derecho Mercantil Internacional Sobre Comercio Electrónico.
- Legislar de manera específica y dedicada sobre los aspectos particulares del comercio electrónico tal y como lo se venía haciendo con el proyecto de ley.
- Considerar conforme a la recomendación anterior, valerse del texto del proyecto de Ley de Comercio Electrónico por cuanto consagra muy novedosas disposiciones regulatorias de la actividad comercial por medios digitales.
- Profundizar por vía de disposiciones especiales o reglamentos técnicos, los pormenores de las disposiciones relacionadas con la contratación electrónica a fin de esclarecer y detallar de mejor manera la dinámica de la contratación por medios electrónicos.
- Considerar la adopción de la firma digital de manera expresa en el ordenamiento jurídico como método de identificación electrónica.
- Establecer procedimientos que certifiquen el uso de las firmas digitales en el país

como método avanzado de identificación electrónica.

- Legislar en materia de protección al consumidor electrónico.

- Considerar como referencia a la Ley 1480 de 2014 promulgada y sancionada en la República de Colombia (Estatuto del Consumidor), para legislar en materia de protección al consumidor electrónico.

En lo práctico:

A las empresas:

- Expresar siempre, sea cual sea el portal desde donde ofrece sus productos, la información relacionada con las características del producto, la disponibilidad del mismo, así como el tiempo de entrega y de duración de las condiciones comerciales, ya que la falta de claridad al respecto da cabida a inseguridad, confusión y posibles conflictos que afectarán la reputación del empresario en cuestión.

A los consumidores:

- Evitar ofertar a empresas que no posean la información antes indicada, puesto que su patrimonio podría estar en riesgo.

- Exigir, a falta de alguna de la información necesaria, el proporcionamiento de la misma a la empresa con la cual se contratará, siendo el envío de la misma a través del canal regular de comunicación empresarial, ello será de especial utilidad a fin de poder recoger toda la información necesaria para que ante un posible incumplimiento, se pueda intentar la defensa de los derechos o intereses lesionados conforme a la regulación legal actual en Venezuela.

REFERENCIAS.

Malá, O. (2001). Comercio Electrónico [versión Adobe Digital] Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11354/76>

Oropeza, D. (2018). La competencia económica en el comercio electrónico y su protección en el sistema jurídico mexicano [versión Adobe Digital] Recuperado de: <file:///C:/Users/Ederi/Documents/TESIS/Aspectos%20Generales%20sobre%20Comercio%20Electronico/Libro%20mexicano%20completo.pdf>

Remolina, N. Aspectos legales del comercio electrónico, la contratación y la empresa electrónica. Recuperado de: <file:///C:/Users/Laptop/Downloads/Dialnet-AspectosLegalesDelComercioElectronicoLaContratacio-7510302.pdf>

Ferrari Zamora, V. (2018). El comercio electrónico en Colombia: Barreras y retos de la actualidad (Tesis para optar al título de Abogado) Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Recuperada de <http://hdl.handle.net/10554/36499>.

Ovidio Salgueiro, J. (2002). Contratación Electrónica. *THEMIS Revista De Derecho*, (44), 253-269. Recuperado a partir de: <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/10075>.

Barriuso Ruiz, C. (1998) Contratación Electrónica. *Revista de Derecho*. Recuperada de: <file:///C:/Users/Laptop/Downloads/Dialnet-ContratacionElectronica-248208.pdf>

Gómez, V. I. (2004). Realidad jurídica del comercio electrónico en Colombia. (Tesis para optar al título de Abogado) Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/55313>.

Asamblea Nacional. Código Civil. Gaceta Oficial 2990 del 26 de Junio de 1982.

Asamblea Nacional. Código de Comercio. Gaceta Oficial 475 del 21 de Diciembre de 1955.

Asamblea Nacional. Código de Procedimiento Civil. Gaceta Oficial 4209 del 18 de Septiembre de 1990.

Asamblea Nacional. Ley de Protección al Consumidor y al Usuario. Gaceta Oficial 37.930 del 4 de Mayo del 2004.

Asamblea Nacional. Ley para la Defensa de las Personas en el Acceso de Bienes y Servicios. Gaceta Oficial 39.358 del 1 de Febrero de 2010.

Asamblea Nacional. Ley Orgánica de Precios Justos. Gaceta Oficial 40.787 del 12 de Noviembre de 2015.

Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional. Ley Modelo de Comercio Electrónico. 12 de Junio de 1996 con reforma de Junio de 1998. Recuperada de: https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/es/05-89453_s_ebook.pdf.

Congreso de Colombia. Ley 527. 18 de Agosto de 1999

Congreso de Colombia. Ley 1480, Estatuto del Consumidor. 12 de Octubre de 2011.

Presidencia de la República de Colombia. Decreto 2364. 22 de Noviembre de 2012.

Presidencia de la República de Colombia. Decreto 333. 19 de Febrero de 2014