

La plataforma jurídica como elemento imprescindible de la e-logística dentro del comercio electrónico en Venezuela

Caridad de Navarro, Marielis*

Resumen

Uno de los aspectos más importantes que comporta la gerencia de logística, es la distribución de los bienes y servicios adquiridos a través del Comercio Electrónico, también denominado e-commerce, ya que la entrega o el disfrute oportuno, constituye una pieza clave de éxito dentro de esta área, no sólo porque los clientes sean exigentes, sin estar dispuestos a esperar por lo ya comprado, o en peor situación a recibirlo defectuoso, situaciones ambas que traerán como consecuencia, la posible resolución de la venta, lo cual implica asumir los costos de envío y devolución, trasladando a la competencia a un cliente potencial en el futuro. Todo esto produce una insatisfacción en el cliente, cuando siente vulnerado el derecho que le corresponde frente al proveedor del bien o servicio contratado, generando desconfianza e inseguridad; En este punto es cuando el manejo de la plataforma jurídica se conecta con la logística como parte del comercio electrónico de bienes materiales, siendo esto el objetivo central de la investigación, es decir, dar a conocer la plataforma jurídica donde se encuentra inmersa la e-logística y el e-commerce frente a la insatisfacción del cibercliente. La presente investigación es documental y ofrece las bases jurídicas para dar mayor confianza y seguridad en la utilización del comercio electrónico.

Palabras clave: E-logística, e-commerce, seguridad, bases jurídicas.

The Legal Platform as an Essential Element in E-Logistics Within Venezuelan Electronic Commerce

Abstract

One of the important aspects that logistics management offers is the distribution of goods and services acquired through Electronic Commerce, also denominated e-commerce, since the delivery or the opportune usage of the same constitutes a key to success within this area, not only because the clients are demanding, and not willing to wait for the purchased product, or worse still to receive defective merchandise, both of which situations bring similar consequence, the possible loss of the sale, which implies assuming the costs of shipment and return, and transferring to the competition a potential future client. All this produces dissatisfaction in

Recibido: 06 – 05 – 10 • Aceptado: 06 – 11 – 06

* Abogada, Doctora en Derecho (LUZ), Doctora en Ciencias Gerenciales (URBE), Especialista en Derecho Procesal (UCAB). Docente de Pregrado y Postgrado de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas (LUZ). Decana de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas (URBE). PPI Nivel I. E-mail: marielis@urbe.edu/ marieliscaridad@hotmail.com. Telf. 0414-6400922.

clients, when they feel that the rights that corresponds to them in the face of the supplier or contracted service have been violated, generating distrust and insecurity. At this moment the handling of the legal platform connects with the logistic aspect as a part of electronic commerce of material goods, which is the central objective of this research, that is to say, to present the legal platform wherein we find e-logistics and e-commerce in the face of dissatisfaction on the part of the cyber-client. The present research is documentary and offers the legal bases to give to greater confidence and security in the use of electronic commerce.

Key words: E-logistics, e-commerce, legal security, bases.

Introducción

Hablar de logística, implica estar inmersos en un conjunto de acciones y medios destinados a prever y proporcionar los recursos necesarios, que posibiliten realizar una actividad comercial de forma eficiente y eficaz, tanto en operaciones previas como posteriores a la venta del producto o servicio; Sin embargo, cuando esa relación comercial no se produce de manera presencial entre las partes involucradas, sino entre ausentes se está en presencia de la llamada e-logística, que no es más que la logística en el entorno del e-business, facilitando el intercambio de información y colaboración entre las empresas y apuesta por su éxito comercial, es decir ella viene a constituir el eje central del mercado global.

A través de esta nueva forma de gerenciar, muchas son las ventajas que se encuentran a nivel empresarial, ya que se alcanza una reorientación del negocio; por vía electrónica se logra abrir un abanico de opciones para la distribución y venta de los productos finales que en el mercado tradicional (entre presentes) no es posible, con ella se reducen los niveles de stock, se minimizan gastos, mejora el servicio, se reducen niveles intermedios de manipulación, almacenamiento y transporte de la mercancía, reduce tiempos de espera en recepción al igual que los costos administrativos de la gestión entre otras cosas.

En tal sentido, la logística constituye uno de los grandes desafíos que debe afrontar

el comercio electrónico, porque ella verdaderamente no comienza en el almacén sino en el proveedor, quien oferta tantos productos por la Web que no es necesario tenerlos en existencia, sino almacenado en los múltiples proveedores que son los que en definitiva trabajan con el stock virtual, ayudando a determinar si los plazos de entrega pueden ser excesivos o muy cortos, o cuando pudiere existir defectos o vicios en la mercancía, provocando así la insatisfacción del cliente y por lo tanto la vulneración del derecho que como ciudadano (cliente) se tiene frente al derecho del otro (ciberempresa) con quien se contrató.

Es preciso determinar, que los derechos se tienen como razón de la satisfacción de las necesidades básicas de las personas y que esos se esgrimen o ejercen por los ciudadanos respecto de los otros, que son igualmente titulares de derechos, por lo que hace falta deslindarlos cuando entran en conflicto y ponderar hasta donde llegan las facultades de derecho cada uno, es decir hacer entender que el derecho de uno termina donde empieza el del otro.

He aquí realmente, donde se encuentra el punto neurálgico de la presente investigación, ya que el problema no radica cuando la e-logística y el comercio electrónico engendran sus verdaderas noblezas como estrategia gerencial, sino cuando a través de su uso o contratación bien por vía de alianzas estratégicas u outsourcing (tercerización del servicio), se produce esa insatisfacción de los derechos de las partes contratantes, siendo el mo-

mento en el cual verdaderamente se requiere de conocimientos especializados dentro del campo jurídico, que le permita visualizar al ciudadano la plataforma jurídica donde se sustentan las relaciones comerciales celebradas a través de contrataciones electrónicas.

Durante el desarrollo de este estudio, se analizará en primer lugar, lo relativo a la Logística y su relación con el e-commerce para luego esbozar desde los diferentes puntos de vista del Derecho, la diversidad legislativa a aplicar para la resolución de los conflictos que pudieren surgir con ocasión a las contrataciones electrónicas.

1. Importancia de la logística para un comercio electrónico efectivo

Para hablar de logística y comercio electrónico, se debe abordar una de las opciones que ofrece el Internet como lo es el e-business, entendido por Ruiz, (2005: 1), como *“cualquier tipo de actividad empresarial realizada a través de las tecnologías de la información y las comunicaciones, que se concreta por medios informáticos accesibles mundialmente a través de la red”*. Dentro del e-business, no solo existe la posibilidad de realizar el e-commerce, sino también actividades de la economía como e-service, e-organization, cotizaciones, atención al cliente, logística just in time, comunicaciones internas y externas, entre otras muchas opciones que brinda hoy día la tecnología existente.

El comercio electrónico como parte sistémica del e-business, es entendido por Fuentes Pinzón (2005: 8) como el: *“conjunto de transacciones electrónicas que realizan dos o más personas interesadas con el objeto de obligarse a un acuerdo, utilizando sistemas electrónicos (generalmente Internet, y*

más recientemente, los mensajes de texto a través de teléfonos celulares)”, lo cual permite clarificar que no solamente se pueden realizar transacciones vía Internet y aun cuando fue por ella que el comercio electrónico pudo desarrollarse de la manera que lo ha hecho, existen otras vías como la tecnología EDI (Electronic Data Interchange, intercambio electrónico de datos) que tiene más de dos décadas proveyendo comunicación entre empresas; Igualmente el uso de cajeros automáticos, es un tipo de comercio electrónico entre la Banca y sus clientes.

Ahora, entre los principales efectos generados por la Internet no solo se encuentra la incorporación de la “e” (de electronic) a los modos comerciales, sino incluyó una transformación de los mismos, que se tradujeron en una reducción de costos por la automatización de las operaciones entre las organizaciones y de éstas hacia el usuario; un medio novedoso para divulgar de manera fácil y clara la información en la medida de satisfacción de los clientes, información de la competencia y de los productos que pueden ser conocidos desde el mismo momento que se generan, todo lo cual permite al gerente una toma de decisiones efectiva y oportuna, que lo mas probable es que le genere beneficios comerciales a su organización, con el manejo adecuado de los nuevos tiempos comerciales.

La Internet como red mundial permite extender los tiempos de operación y servicios, ya que pueden realizarse ventas las 24 horas los 365 días del año, sin que eso implique mayores costos administrativos o laborales; Igualmente amplía los mercados globalmente, pudiendo de esta manera vencer limitaciones locales o regionales (aunque implique un conocimiento necesario de las legislaciones del sector donde se procure operar) y construir relaciones comerciales con los consumidores

a través de una comunicación de doble vía con cada uno de ellos.

Ahora bien una de las dos interrogantes que se plantea a nivel de esta investigación, es cómo interviene la logística en el comercio electrónico, sabiendo que ésta es uno de los eslabones físicos que conforman la cadena de suministro del comercio electrónico.

Las organizaciones que diseñan sus negocios por la red, deben planear estratégicamente si van a crear una empresa expresamente para Internet o si van a trasladar una actividad preexistente en la red.

En el primer caso, es evidente que la empresa no tiene almacenes, personal especializado para manipular la mercancía, ni experiencia en logística, por lo que habrá que subcontratar el servicio a través de lo que hoy se conoce como outsourcing; distinta es la situación cuando la empresa tiene sus almacenes físicos con personal experto y con una logística establecida, pero muchas veces no está clara en su decisión de establecer qué es lo más práctico y rentable para externalizar toda esa logística, es decir como gerenciarla.

La empresa de logística o outsourcing, debe brindar una gama de servicios que no solamente se ciña al mero transporte del pedido, sino que también ésta se utilice para que las tiendas virtuales gestionen el control del almacenamiento de la mercancía, el control de stock online, el cálculo on line de los gastos de transporte, entre otras cosas; sin embargo es importante destacar, que cuando la organización seleccione la empresa de logística, tiene que tomar en cuenta su experiencia en el comercio electrónico, así como que las prestaciones anteriormente señaladas, tengan un sistema de seguimiento (tracking) informatizado a disposición de los clientes.

Por lo tanto, la logística tiene una misión importante que llevar a cabo en el desa-

rrrollo del comercio electrónico, los fabricantes y los distribuidores por Internet están dispuestos a pagar mucho dinero por un servicio logístico impecable, principalmente porque el operador logístico a quien confían sus paquetes se convierte, por extensión, en su representante para los clientes, además el ahorro económico que se obtiene con la supresión de intermediarios permite sufragar un servicio logístico de calidad y porque tanto en las ventas por Internet como en las ventas por correspondencia, el cliente paga una parte o la totalidad de los gastos de transporte.

Tanto es así, que Serrano (2002) expresa: *“La logística -la distribución- es uno de los aspectos sobre los que más debe de trabajar una empresa para afrontar el desafío del comercio electrónico. La distribución debe ser capaz de responder en tiempos muchos menores a los acostumbrados y adecuarse a nuevos horarios y condiciones. Y además hacerlo barato”*.

Continúa dicho autor manifestando que *“... en el mundo Internet, en el que la información de los precios de productos es una realidad, los márgenes se estrechan y tener la mejor de las estructuras logísticas, que ahorre costes, es fundamental. No debe olvidarse que comercio electrónico es comercio a distancia. De ahí la importancia de la logística. Muchas empresas no están preparadas para la venta a distancia o por teléfono ni tienen experiencia en ello por lo que fracasan al abordar un proyecto de comercio electrónico. Se dice que la logística es uno de los cuellos de botella del desarrollo del comercio electrónico”*.

Las actividades logísticas comprendidas en el comercio electrónico van desde el manejo de contenidos o productos hasta la gestión de comprobantes de entregas, lo que incluye por lo menos tres tipos de contratos distintos: 1. El de compra venta; 2. El de la empresa y su división de distribución (o un

tercero) y 3.- El de recepción y pago (el primero que firma el cliente como prueba de cumplimiento de la obligación del vendedor y el segundo, que debe efectuar el comprador, para cumplir con su obligación legal).

Ahora bien, una vez establecida la importancia y relación existente entre la logística y el comercio electrónico, a continuación se analizará la plataforma legal que debe ser conocida y bien administrada para el desarrollo de la e-logística y del e-commerce en Venezuela.

2. Fundamentos jurídicos del e-commerce

Esta sección, procura analizar la plataforma jurídica básica para los operadores de la e-logística y del e-commerce en Venezuela, en ella se estudiará los cimientos legales donde han de sustentarse los posibles conflictos que nacen con ocasión a las relaciones comerciales celebradas entre las personas tanto jurídicas como naturales dentro del ámbito del comercio electrónico; así, se hace importante señalar, que existe todo un aparatage legal que soporta tanto desde el punto de vista internacional como nacional las relaciones jurídicas que se celebran por la Web.

Antes de entrar a analizar el fundamento jurídico del e-commerce, es necesario señalar que la utilización de las tecnologías de información y de las comunicaciones, han dado lugar a una serie de derechos de los ciudadanos (sean personas naturales o jurídica), sin embargo aún se producen en ellas cierta resistencia por la poca seguridad y las garantías que la ciudadanía considera que el e-commerce ofrece, debido al desconocimiento que sobre esta área se tiene.

Ha de mencionarse, que las tecnologías de información y de las comunicaciones, sí

poseen una seguridad jurídica que le imprime garantía a la tutela de los derechos y obligaciones que nacen para las partes; ese tipo de garantía, pretende a través de la aprobación de normas legales, fijar el marco jurídico necesario para proteger los bienes informáticos, establecer los derechos de las partes e igualmente determinar cuales son las medidas de seguridad y garantías en la utilización de los medios electrónicos para las contrataciones comerciales celebradas por la Web.

La seguridad jurídica, se fundamenta desde dos ángulos diferentes pero coetáneos, ya que por un lado, ofrece la existencia de leyes claras y suficientes y con aplicación efectiva por parte del Estado, y por el otro, brinda la posibilidad de que los sectores involucradas en el e-commerce, puedan conocer la ley, su alcance y significado e imprimir eficacia sobre lo actuado confiando en aquella.

En palabras mas sencillas, la seguridad jurídica es un saber a que atenerse, pues las partes sabrán de antemano cuales serán las consecuencias y qué efectos van a derivarse del cumplimiento o incumplimiento de sus ofertas y obligaciones.

A continuación, se expondrá el fundamento jurídico del e-commerce tanto desde el punto de vista internacional como nacional.

2.1. Ámbito internacional

Existe un marco jurídico de carácter internacional de suma importancia para las relaciones comerciales modernas, las cuales permiten que empresas nacionales tengan acuerdos comerciales con organizaciones domiciliadas en otros países y viceversa. La Ley Modelo sobre Comercio Electrónico de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI), mejor conocida por su acrónimo en ingles UNCTRAL, constituye uno de los pilares principa-

les para realizar una regulación homogénea a nivel mundial en la materia, siendo acogida entre otros, por nuestro socio comercial Colombia, en su Ley 527 sobre Comercio Electrónico.

Según la propia UNCITRAL (2005:1), la Ley Modelo sobre comercio electrónico fue “Aprobada por la CNUDMI el 12 de junio de 1996, y tiene por objeto facilitar el empleo de los modernos medios de comunicación y de archivo de la información. Se basa en el establecimiento de un equivalente funcional para la documentación sobre soporte electrónico de ciertos conceptos básicos que se acuñaron para la documentación consignada sobre papel, tales como las nociones de “escrito”, “firma” y “original”. Al definir ciertas normas que permiten determinar el valor jurídico de todo mensaje electrónico, esta Ley Modelo cumple un cometido importante al servicio del desarrollo de las comunicaciones sin soporte de papel. La Ley Modelo contiene también reglas para el comercio electrónico en determinados sectores de la vida comercial, como pudiera ser el transporte de mercancías”.

Como puede observarse entonces, desde el punto de vista Internacional la Ley Modelo UNCITRAL sobre comercio electrónico viene a constituir un fundamento jurídico de carácter internacional de extrema importancia, por ella viene a constituir una normativa macro sobre comercio electrónico y que los países deben aplicarla siempre y cuando ella no pudiere colidir con su ordenamiento jurídico interno.

Al tratar de precisar el concepto de comercio electrónico, el artículo 1 de la Ley Modelo, más que una definición, instituye el ámbito de aplicación de la misma cuando establece que ella: “(ómisis) será aplicable a todo tipo de información en forma de mensajes de datos utilizada en el contexto de actividades

comerciales”, es decir, que por constituir una norma de carácter general como antes se expresó, toca a los Estados climatizarla de acuerdo a los parámetros establecidos dentro del ordenamiento jurídico interno de los mismos, siendo su caracterización práctica el empleo de mensajes de datos en actividades que aspiran el lucro.

Al respecto, Solórzano (2004) señala que dentro del marco de la Unión Europea, en el ámbito supranacional, e Igualmente en las legislaciones de la mayoría de sus países miembros, se han gestado varias iniciativas que tienen por objeto establecer un marco normativo capaz de velar por la protección de los derechos de los consumidores y usuarios en el comercio electrónico, equivalente al aplicable a las transacciones tradicionales.

Lo anterior, permite dar una visión de la existencia de estas normativas tan fundamentales e importantes dentro del campo de aplicación internacional del e-commerce, que seguro será de gran valía para las partes involucradas en una relación comercial internacional celebrada a través de la Web.

2.2. Ámbito nacional

Antes de analizar los sustentos legales del comercio electrónico en Venezuela, es importante destacar que tratándose Internet de una plataforma global, difícilmente pueden adherirse sus prácticas, servicios y Sitios Web, a alguna normativa precisa de carácter local. Sin embargo dentro de lo que constituye el ámbito nacional, en Venezuela existe una perfecta diferenciación en su ordenamiento jurídico tanto desde el punto de vista civil como desde el penal.

La Internet como tecnología no está regulada, por ende, la plataforma jurídica está compuesta de diversas normas de conducta

para los ciudadanos que operan en la red, más no para la red en sí misma.

Existen normativas propias para cada una de las áreas comerciales posibles de desarrollar dentro de la web, encontrándose dentro de las primeras el Decreto con fuerza de Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas, la Ley para la Protección del Usuario y al Consumidor, el Decreto Presidencial No. 825 de mayo de 2000 y por último, a pesar de no observar expresamente el comercio electrónico, el Código Civil de Venezuela, que sí contempla la vía idónea para que por analogía, se apliquen sus disposiciones a esta área, referida específicamente al perfeccionamiento de los contratos celebrados via Internet.

Dentro del ámbito penal, Venezuela también contempla su propia normativa referente al e-commerce, como lo es la Ley sobre Delitos Informáticos, publicada según Gaceta Oficial No. 37.313, de fecha 30 de octubre de 2001.

2.2.1. Decreto con fuerza de Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas

Ese instrumento legal fue publicado según Gaceta Oficial No. 37.148, de fecha 28 de febrero de 2001, en cuya exposición de motivos afirma que *“la evolución tecnológica ha revolucionado a nivel mundial las diferentes áreas del conocimiento y de las actividades humanas, fomentando el surgimiento de nuevas formas de trabajar, aprender, comunicarse y celebrar negocios.”*

Jiménez (2005) señala, que igualmente la Exposición de Motivos del Decreto, establece que hoy las tecnologías de información utilizan medios electrónicos y redes nacionales e internacionales para realizar intercambios de todo tipo, incluyendo el comercial, haciendo transferencias de informaciones de un computador a otro sin necesidad de utilizar

documentos escritos en papel, permitiendo ahorro de tiempo y dinero.

Es ante tal escenario, continúa Jiménez (2005), que el propósito del Decreto-Ley es regular las modalidades básicas de intercambio electrónico, para garantizar un marco jurídico mínimo indispensable que permita a los involucrados, desarrollarse y contribuir con el avance de las nuevas tecnologías en Venezuela; ofreciendo así además un marco legal que provea seguridad a las empresas y personas al momento de realizar transacciones electrónicas.

Se hace importante señalar, que con la promulgación de la Ley objeto de análisis, se otorgó mayor seguridad jurídica al comercio electrónico, preparando así una infraestructura legal que afronta un creciente número de situaciones jurídicas que se pudieren presentar con los avances tecnológicos, y por último y sin que ello sea menos importante que lo anterior, este instrumento legal, regula a los Proveedores de Servicios de Certificación (como por ejemplo: Verising), aspecto éste de gran relevancia jurídica para el e-commerce.

Igualmente esta Ley, posee aspectos estrechamente tan importantes y significativos relacionados al comercio electrónico, que define claramente que un Mensaje de Datos es toda información intelegible en formato electrónico o similar que puede ser almacenada o intercambiada por cualquier medio; Determina lo que es una Firma Electrónica, señalando que es la 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; le otorga a la misma expresamente, el mismo valor jurídico que posee la firma autógrafa solo que no se podrá estampar sobre el documento digital, sino que se requerirá de mecanismos electrónicos para su creación.

Igualmente señala esta Ley, que los Agentes Certificadores, son aquellas personas o empresa dedicada a proporcionar Certificados Electrónicos y demás actividades previstas en dicha en ella; y por último, establece que el Certificado Electrónico, es un Mensaje de Datos proporcionado por un Proveedor de Servicios de Certificación que le atribuye certeza y validez a la Firma Electrónica; en este caso, las autoridades de certificación emiten certificados de claves públicas de los usuarios firmando con su clave secreta un documento válido, que asocia el nombre distintivo de un usuario con su clave pública.

2.2.2. Ley de Protección al Consumidor y al Usuario

Esta Ley fue publicada el 04 de Mayo de 2004 y establece un capítulo especial al comercio electrónico y ofrece una definición bastante acertada del mismo cuando dispone en su artículo 31 lo siguiente: “*Se entiende por comercio electrónico a los efectos de esta Ley, cualquier forma de negocio, transacciones comerciales o intercambio de información con fines comerciales, que sea ejecutada a través del uso de tecnologías de información y comunicación*”.

Para Zamora, M. (2004), citado por Jiménez, esta especialidad dentro de la Ley, “*(ómis) constituye la primera regulación en Venezuela del comercio electrónico, lo cual es de suma relevancia, ya que sus normas pudieran otorgar mayor transparencia y confianza al consumidor electrónico*” y ciertamente, a partir de este instrumento legal, en Venezuela se cuenta con un marco general y una serie de principios que permiten la tutela de los derechos de los consumidores y usuarios en el Comercio Electrónico.

Esta normativa legal, contempla una serie de deberes del Proveedor y de derechos del consumidor que verdaderamente hacen lu-

cir atractivo el uso de las tecnologías para las relaciones jurídicas por la Web; entre los deberes del Proveedor establece la necesidad de ejercer prácticas comerciales justas y correctas, que tengan como principio una relación de mutuo beneficio para ambas partes (art. 31); Así mismo, instituye la obligación de provisión de procedimientos fáciles para el usuario (art. 33 y 39) y de una publicidad respetuosa para el consumidor, especialmente con los niños, adolescentes y ancianos (art. 35).

Dentro de los derechos del consumidor o comprador, se contempla el derecho de manifestar su aceptación o rechazo a recibir correo electrónico comercial no solicitado (art. 34), igualmente, el permitir o no el uso público de la información que el comprador o usuario deba suministrar al proveedor, por motivo de la transacción realizada (art. 40). Tiene derecho a obtener mecanismos fáciles y seguros de pago en línea, así como la obtención de facturas u otro soporte digitales o no donde conste la operación realizada, entre otros.

2.2.3. Decreto Presidencial No. 825

Tanto se ha considerado al Derecho como herramienta impulsora de la explotación de la Internet, que en mayo del año 2000, se promulga el Decreto Presidencial 825, donde se decreta en su Artículo 1° que “*Se declara el acceso y el uso de Internet como política prioritaria para el desarrollo cultural, económico, social y político de la República Bolivariana de Venezuela; igualmente su Artículo 2° contempla “Los órganos de la Administración Pública Nacional deberán incluir en los planes sectoriales que realicen, así como en el desarrollo de sus actividades, metas relacionadas con el uso de Internet para facilitar la tramitación de los asuntos de sus respectivas competencias*”.

La importancia de este Decreto radica en su aplicación práctica dentro de las relacio-

nes comerciales celebradas a través de la Red, ya que el mismo se ha visto manifestada en la solicitud administrativa de dólares, de pasaportes y de participación en el programa denominado Venezuela Móvil, para obtener un vehículo en condiciones preferenciales, todas estas operaciones tienen que ser realizadas por parte del usuario, estrictamente por medio del uso de Internet y además ofrece la posibilidad de declarar nuestro impuesto sobre la renta por vía electrónica.

2.2.4. Ley de Delitos Informáticos

Esta ley fue publicada según Gaceta Oficial N° 37.313 de fecha 30 de octubre de 2001; se trata de una ley especial que descodifica el código penal y profundiza aun más las sistematicidad de la legislación penal.

Sin embargo, ella presenta varias deficiencias y problemas, entre los que se pueden mencionar la utilización de términos en el idioma inglés, cuando la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela solo autoriza el uso del idioma castellano o lenguas indígenas; igualmente no tipifica delito alguno relativo a la seguridad e integridad de la firma electrónica y a su registro; su terminología es diferente a la de la Ley de Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas e igualmente tutela los sistemas de información pero sin referirse a su contenido ni a sus aplicaciones.

Esta Ley que pretendió ser un Código Penal en miniatura, que contempla cinco clases de delitos, con la característica que existe una mixtura entre la pena y la sanción, para aquellas personas que cometan el delito, ya que ella establece tanto penas corporales de prisión como multas establecidas en unidades tributarias; se hace la salvedad que dichas penas y sanciones son aplicadas simultáneamente cuando se cometen delitos informáticos.

Entre los delitos que contempla dicha ley bajo análisis, se contemplan los siguientes:

1) Contra los sistemas que utilizan tecnologías de información, 2) Contra la propiedad, 3) contra la privacidad de las personas y de las comunicaciones, 4) Contra niños y adolescentes y 5) Contra el orden económico.

Finalmente la mencionada ley establece como penas accesorias, la suspensión del servicio, registro o autorización para operar o para ejercer cargos directivos o de representación en las personas jurídicas vinculadas con el uso de la tecnología de información. Y por último el Tribunal podrá disponer la publicación o difusión de la sentencia condenatoria por el medio que considere más idóneo.

En materia de comercio electrónico, prevé la sanción a la oferta engañosa, en su Artículo 26: *“El que ofrezca, comercialice o provea de bienes o servicios mediante el uso de tecnologías de información y haga alegaciones falsas o atribuya características inciertas a cualquier elemento de dicha oferta de modo que pueda resultar algún perjuicio para los consumidores, será sancionado con prisión de uno a cinco años y multa de cien a quinientas unidades tributarias, sin perjuicio de la comisión de un delito más grave”*. Tipo penal que incluso puede hacerse extensible a la promesa de pronta entrega, sancionando la mala logística en una operación de comercio electrónico.

2.2.5. Código Civil

A pesar que el Código Civil en Venezuela comporta la legislación sustantiva de esta área del Derecho, respecto al comercio electrónico, el mismo es de gran ayuda e importancia, ya que a través de la aplicación de la analogía, tal como se explicara en el próximo aparte de la presente investigación, por vía de su art. 1137, se podrá regular el perfeccionamiento de los contratos entre ausentes, que es una de las características del contrato electrónico.

3. La contratación electrónica y su perfeccionamiento legal

Se entiende por contratos electrónicos, toda convención por el cual una pluralidad de personas naturales o jurídicas, distantes entre sí, es decir no reunidas en un mismo espacio físico, convienen en crear, modificar o extinguir un vínculo jurídico entre ellas, por medio del uso de las tecnologías electrónicas, éstos también son conocidos como, contratos a distancias, contratos telemáticos o contratos por medio de las nuevas tecnologías.

Según la Universidad Tecnológica Metropolitana, Dirección Tecnología Educativa y Comunicación Visual – DITEC (2005), “*el contrato electrónico es toda convención celebrada sin la presencia física simultánea de las partes, prestando éstas su consentimiento en origen y destino por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenaje de datos, concretados por medio de cable, radio, medios ópticos o cualquier otro medio*”.

Todo contrato, es regido por los principios previstos por la Teoría General del Contrato, que exige cumplir con los elementos básicos de legalidad para considerar su validez; en consecuencia, en ellos es necesaria la capacidad de las partes para obligarse, es decir, ser mayor de edad y no estar inhabilitado para contratar. Igualmente, es ineludible la autonomía de la voluntad de las partes, por lo cual no podrá una empresa electrónica considerar que al acceder a su catálogo en línea, el usuario se estará comprometiendo a una compra o un prestador de servicio cargar a su tarjeta de crédito una prestación que no haya contratado.

También es obligatorio, que el objeto sobre el cual recae el contrato sea lícito y determinable, así no serán válidos los contratos inherentes a la compra de música o películas que realicen los consumidores a una empresa

oferente que no tenga derecho a ello, es decir, que se realicen violando la Ley sobre Derecho de Autor.

Los elementos anteriormente señalados son comunes a todo tipo de contrato, por lo cual la diferencia con los electrónicos no es mucha. La especialidad corresponderá a la forma del mismo, ya que no será mediante un documento que conste en papel, ni mucho menos será un documento firmado ante un funcionario público, por lo cual en Venezuela no podrá ser posible por los momentos, la compra venta de un bien inmueble, ya que se requieren de una serie de elementos que el comercio electrónico no puede otorgar.

Aquí es donde entra la regulación de dichos contratos y por ello se hace necesario indagar en la Ley Modelo UNCITRAL, en su artículo 6, numeral 1, donde realmente se aportan nuevos elementos vitales para la seguridad de estas transacciones electrónicas. Igual relevancia jurídica tiene el artículo 9 de la misma Ley Modelo, cuando establece la admisibilidad de los documentos electrónicos como pruebas válidas para demostrar la existencia de las transacciones y las obligaciones que de éste emanan.

Para otorgarle seguridad al sistema de transacciones electrónicas, han surgido las denominadas firmas digitales y las Autoridades de Certificación, el cual certifican el mensaje de datos proporcionado por un Proveedor de Servicios de Certificación que le atribuye certeza y validez a la firma electrónica.

La firma digital proviene de *firmare*, lo cual significa afirmar, dar fuerza, por tanto, la firma acredita la comparecencia de la persona y la conformidad con los hechos y declaraciones que suscribe, en tal sentido la Ley CNUDMI lo incorpora en su artículo 5 y 7, al igual que la Ley Sobre Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas, en su artículo 2.

En Venezuela, se ha propuesto además de la regulación de estos conceptos, la de la Cybernotaría, el cual sería una especie de validador de las transaccionales comerciales realizadas en línea, siendo utilizado solo cuando los montos de la negociación así lo amerite, otorgándole al documento electrónico un grado de confiabilidad igual a los documentos autenticados e incluso al de los documentos públicos.

Por otra parte y para finalizar, estos contratos electrónicos deben poseer un perfeccionamiento, en el entendido que el mismo adquiere fuerza vinculante para las partes firmantes y por ende, será desde el momento en que puedan ser compiladas al cumplimiento de las condiciones pautadas.

Sin embargo, es importante determinar desde el punto de vista jurídico, cual es el verdadero momento del perfeccionamiento de dicho contrato, que es el realizado entre personas ausentes; el artículo 1137 del Código Civil Venezolano, adopta la posición doctrinaria de la concurrencia de las voluntades mas no el sistema de la coexistencia, ya que de manera categórica establece que se considera perfeccionado el contrato cuando la aceptación del destinatario haya sido recibida por el oferente o solicitante; se trata de que dichas manifestaciones de voluntad sean conocidas simultáneamente por ambas partes, es decir que dichas voluntades sean concurrentes y se engranen para que efectivamente esa relación jurídica nacida a través del uso de la tecnologías, comience a surtir sus verdaderos efectos jurídicos.

A nivel de mensajes de datos, salvo acuerdo contrario, se presume recibido el mensaje de datos, cuando el mismo entre al sistema de información designado por el destinatario, en este caso el oferente. En el supuesto que no se haya designado un sistema

de información particular para dicha recepción, se presumirá recibido y perfeccionado el contrato cuando el mensaje de datos llegue al sistema de información regularmente usado por el destinatario, según lo establece el artículo 11 del Decreto con Fuerza de Ley sobre Mensajes de Datos y Firma Electrónica Venezolana, por consiguiente, esta solución termina por acoger la formula recogida por el Código Civil.

Todo lo anteriormente expuesto indica que se debe tener un claro manejo de las herramientas jurídicas y que es imprescindible dotar de seguridad jurídica a las nuevas relaciones comerciales nacidas a través de la vía Web, donde se debe crear un marco legal apropiado dentro del cual el cliente pueda realizar sus transacciones con total tranquilidad y seguridad, es aquí donde la logística debe tomar en cuenta este aspecto al momento de realizar su estudio en la empresa e implementar acciones y correctivos al respecto.

4. A manera de conclusión

Luego de realizada presente la investigación, se concluye que la logística verdaderamente viene a constituir un aspecto de suma importancia y valía para el comercio electrónico, ya que al no estar organizada la empresa virtual desde el punto de vista del diseño de la cadena de suministro, ello le generaría verdaderas consecuencias jurídicas que podría acarrearle extensas perdidas patrimoniales a la organización, e incluso sanciones penales.

La e-logística viene a constituir una herramienta esencial para facilitar el intercambio de información, integración y colaboración entre empresas; el uso de Internet y de las nuevas tecnologías, ayudaran a desarrollar e implantar soluciones en el área de la logística interna organizacional.

Desde el punto de vista jurídico, se demostró a través de la presente investigación, que efectivamente existe una plataforma o soporte jurídico que acredita seguridad a las transacciones electrónicas, siendo la e-logística una parte integrante del e-commerce.

La desconfianza de los usuarios del ciberespacio a las actividades comerciales dentro del comercio electrónico, se manifiesta más bien hacia la seguridad en el uso de la plataforma (Internet) y puede deberse al desconocimiento de la existencia de un marco jurídico que regule esta actividad en Venezuela.

Todo lo anterior, permite recomendar que se debe mantener una actitud abierta y positiva hacia los cambios constantes que supone la nueva dinámica impuesta por las denominadas nuevas tecnologías de información y comunicación. Abandonar el miedo a cambiar y asumir con entusiasmo lo retos que plantea la incursión en un nuevo soporte de comunicación y que se debe proveer a los usuarios de suficiente información sobre cómo se realizan las actividades de comercio electrónico en Venezuela, con respecto al marco jurídico que regula tales actividades en el país.

Bibliografía citada

- Decreto N° 825.** Caracas. Venezuela. Gaceta Oficial N° 36.955 De La República Bolivariana de Venezuela (2000).
- Decreto N° 1.204 con Fuerza de **Ley Sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas.** Caracas, Venezuela. Gaceta Oficial N° 37.148 De La República Bolivariana De Venezuela. (2001).
- Fuentes Pinzón, Fernando (2005). Regulación Jurídica de la Internet. http://webct.ead.urbe.edu/SCRIPT/1503/scripts/serve_home. Maracaibo. 15/08/2005.
- Jiménez, Nhuna (2005). Perfil de los sitios Web de noticias en Venezuela desde la perspectiva del comercio electrónico Valencia, julio 2005. Universidad José Antonio Páez.
- Ley de Delitos Informáticos.** Gaceta Oficial N° 37.313 de fecha 30 de Octubre de 2001.
- República Bolivariana de Venezuela. **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.** Gaceta Oficial N° 36.860 de fecha 30 de Diciembre 1999.
- República de Venezuela. **Código Civil.** Gaceta Oficial N° 2.990 de fecha 26 de Julio de 1982.
- República de Venezuela. **Código de Comercio.** Ley de Reforma Parcial de fecha 26 de Julio de 1955. Gaceta Oficial N° 475 del 21 de Diciembre de 1955.
- Ruiz, Wladimir (2005). “La gerencia de logística y sus implicaciones dentro del e-commerce” (disponible en www.tiempo.uc.edu.ve). 29/07/2005
- Serrano Cinca, Carlos. (2002). “El Comercio Electrónico en los departamentos de una empresa”, [en línea] *5campus.org, Sistemas Informativos Contables* <http://www.5campus.org/leccion/econta> 14/10/2005.
- Solórzano, R. (2004). Protección a los Consumidores y Usuarios-e. Artículos. www.fce.unl.edu.ar.
- Universidad Tecnológica Metropolitana, Dirección Tecnología Educativa y Comunicación Visual – DITEC, www.utem.cl 23/09/2005.
- Uncitral. Ley Modelo para el Comercio Electrónico http://www.uncitral.org/uncitral/es/uncitral_texts/electronic_commerce/1996Model.html. 10/10/2005.