

IMPLICACIONES SOCIO-JURÍDICAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA CIUDADANÍA DIGITAL VENEZOLANA

Dra. Lizeth Fabiola Reyes Briceño

Abogada Libre Ejercicio

Aragua, Venezuela

lizethfabiolareyes@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7765-5214>

Resumen

El comercio electrónico ha experimentado un crecimiento exponencial en Venezuela, que influye en la transformación de las dinámicas económicas y sociales, donde los individuos se convierten en participantes activos en el mundo digital implicando el desarrollo y fortalecimiento de la regulación jurídica de aspectos relacionado, a fin de proteger a comerciantes tanto como a usuarios y, que hasta ahora, se ha venido regulando a través de instrumentos legales, que en ocasiones, puede vulnerar su seguridad jurídica. Estas páginas tienen como propósito reflexionar sobre las implicaciones socio-jurídicas del comercio electrónico en la construcción de la ciudadanía digital venezolana, con base en las teorías de sustento: Ciudadanía digital, Participación digital y Brecha digital, como constructo emergente de una investigación cualitativa, apoyada en el método fenomenológico-hermenéutico, con la realización de entrevista a profundidad a tres informantes claves y el procesamiento de información mediante el software Atlas.ti (versión 9). Entre los hallazgos más relevantes destacan: la existencia de brechas digitales significativas, así como la necesidad de fortalecer la protección de los derechos de comerciantes y consumidores, mediante la actualización del marco legal para adaptarlo a las nuevas realidades digitales. Del mencionado proceso hermenéutico, derivan consideraciones que reflexionan sobre la necesidad de elementos garanticen una ciudadanía digital inclusiva para una ciudadanía digital efectiva y equitativa, por ello, es fundamental implementar políticas públicas que reduzcan las brechas digitales, fortalezcan la protección de los derechos de los usuarios y promuevan la educación digital. De igual manera es importante fomentar la colaboración entre el gobierno, el sector privado y la sociedad civil para construir un entorno digital seguro y confiable.

Palabras clave: *ciudadanía digital, comercio electrónico, implicaciones socio-jurídicas, Venezuela.*

Recibido: 06/06/2025

Aceptado: 02/03/2026

Revista In Situ/ISSN 2610-8100/Vol. 9 N°9/ Año 2026. San Felipe, Venezuela/ Universidad Nacional Experimental del Yaracuy, pp. 312 - 327

SOCIO-LEGAL IMPLICATIONS OF E-COMMERCE IN THE CONSTRUCTION OF VENEZUELAN DIGITAL CITIZENSHIP

Abstract

E-commerce has experienced exponential growth in Venezuela, transforming economic and social dynamics, where individuals become active participants in the digital world, implying the development and strengthening of legal regulation of related aspects, in order to protect merchants as well as users and, until now, it has been regulated through legal regulations, which at times can compromise their legal security. This article reflects reflect on the socio-legal implications of e-commerce in the construction of Venezuelan digital citizenship, based on the supporting theories of digital citizenship, digital participation, and the digital divide. The latter emerges as a construct from qualitative research, supported by the phenomenological-hermeneutic method, which involved in-depth interviews with three key informants and data processing via Atlas.ti software. Among the most relevant findings are the existence of significant digital divides and the need to strengthen the protection of the rights of merchants and consumers by updating the legal framework to adapt it to new digital realities. From this hermeneutical process arise considerations that reflect on the need for elements that guarantee inclusive digital citizenship for effective and equitable digital citizenship. Therefore, it is essential to implement public policies that reduce the digital divide, strengthen the protection of users' rights, and promote digital education. Likewise, it is important to foster collaboration among the government, the private sector, and civil society to build a safe and reliable digital environment.

Keywords: *digital citizenship, e-commerce, socio-legal implications, Venezuela.*

Introducción

Los avances tecnológicos han transformado el comercio, permitiendo a las empresas operar en un mercado global a través de plataformas electrónicas. Este crecimiento exponencial, especialmente notable tras la pandemia, ha dado lugar a diversas formas de comercio electrónico entre empresas-empresas (B2B), empresa-administración (B2A), consumidor-administración (C2A), consumidor-consumidor (C2C) y empresa-consumidor (B2C), facilitando la compra y venta sin fronteras geográficas ni temporales.

El dinamismo del desarrollo tecnológico y el auge del comercio electrónico demandan una constante actualización del derecho para regular las nuevas interacciones sociales y actividades comerciales en el entorno digital.

Las empresas suelen adoptar un modelo comercial mixto, combinando tiendas físicas con plataformas digitales y redes sociales para la venta y promoción de sus productos, ofreciendo una experiencia de compra omnicanal. El comercio electrónico ha trascendido las fronteras locales, convirtiéndose en un mercado global donde no solo participan empresas establecidas, sino también individuos y negocios informales. Esta expansión plantea desafíos regulatorios, dada la falta de control estatal sobre estas últimas actividades.

Al respecto, en reseña efectuada por Hispano Post (2023), en la que informa que Richard Ujueta, Presidente de la Cámara Venezolana del Comercio Electrónico (Cavecom-e) manifestó que Venezuela tiene la tasa más alta de comercio electrónico informal de la región, debido al auge de las ventas por redes sociales, lo que acarrea una evasión fiscal considerable, además de dejar en un estado de indefensión al consumidor, quien no cuenta con los mecanismos legales necesarios para resolver cualquier situación que se presente con estos comerciantes informales.

De manera que la expansión del comercio electrónico en Venezuela, si bien ofrece oportunidades de crecimiento económico y acceso a bienes y servicios, también plantea retos significativos para la construcción de una ciudadanía digital inclusiva. La disparidad en el acceso a internet y dispositivos tecnológicos, sumada a la falta de educación digital, genera una brecha que excluye a amplios sectores de la población de los beneficios del comercio electrónico. Esta exclusión no solo limita su participación en la economía digital, sino que también restringe su capacidad para ejercer sus derechos como ciudadanos digitales, como el acceso a información, la participación en la toma de decisiones y la protección de sus datos personales.

Aunado a ello, la ausencia de un marco legal actualizado y adaptado a las particularidades del comercio electrónico en Venezuela genera incertidumbre y desconfianza entre los consumidores. La falta de regulación en áreas como la protección de datos, la seguridad de las transacciones y la resolución de conflictos, expone a los ciudadanos a prácticas comerciales abusivas y a fraudes. Esta situación socava la confianza en el entorno digital y dificulta la construcción de una ciudadanía digital plena, donde los ciudadanos puedan ejercer sus derechos y participar activamente en la economía digital de manera segura y responsable.

En este sentido, la relevancia del estudio se agudiza ante la realidad actual venezolana, afirmación que se relaciona de forma directa con los datos recientes de la Cámara Venezolana de Comercio Electrónico (2024) ya que, aunque el

sector ha experimentado un crecimiento sostenido impulsado por la adopción móvil, persiste una alta tasa de informalidad que genera un escenario de incertidumbre tanto para el comerciante como para el fisco.

A esto se suman, los reportes del Observatorio de Derechos Humanos Digitales (2024), que advierte cómo la ciudadanía digital en Venezuela se construye en un entorno de vulnerabilidad, con la falta de garantías explícitas limitada el ejercicio pleno de los derechos económicos en línea. Asimismo, organismos multilaterales como la CEPAL (2024) destacan que: “a pesar de las iniciativas estatales, las brechas digitales —especialmente las educativas y de infraestructura— siguen siendo una barrera estructural que impide que el comercio electrónico sea un verdadero motor de equidad social en la región.”

De allí que el artículo tiene como objetivo, reflexionar sobre las implicaciones socio-jurídicas del comercio electrónico en la construcción de la ciudadanía digital venezolana, atendiendo para su desarrollo a la estructura normalizada: introducción, revisión de la literatura, método, resultados y discusión, y por último, las conclusiones y reflexiones finales.

Regulación Jurídica del Comercio Electrónico en Venezuela

El comercio electrónico de acuerdo con Fernandinho (2013) abarca un conjunto de actividades mercantiles que incluyen la comercialización y el mercadeo de bienes tangibles e intangibles, realizadas a través de medios electrónicos, principalmente internet. Además, se refiere a las diversas formas de transacción e intercambio de contenido comercial mediante la transmisión de datos en la red. (p.49).

Por otra parte, Rodríguez (2004) conceptualizó el comercio electrónico o e-commerce como:

La parte del comercio que se desarrolla a través de redes (cerradas y abiertas) mediante la relación entre oferta y demanda, para lo cual se utilizan herramientas electrónicas y telecomunicaciones, con el objeto de agilizar el proceso comercial por medio de la reducción de tiempos y de costos. Abarca, por tanto, todas las formas en que se puede desarrollar el comercio, es decir, entre Estados, entre Estados y empresas, entre Estados y particulares, entre empresas, entre empresas y consumidores y entre consumidores. (p.19)

De la misma forma, Cárdenas (2015) explica que la definición de comercio electrónico no se encuentra delimitado únicamente a la compra-venta de bienes y servicios, también incluye el uso de las redes para distintas actividades, tales como la búsqueda de información, comunicación, vigilancia después de la venta al cliente, la colaboración entre empresas y otros. (p.27).

Su regulación en Venezuela se encuentra dispersa en diversos instrumentos legales, donde cada uno dedica parte de su articulado a este ámbito, sin que se regulen todos los elementos de este. La implementación de medios electrónicos en el Derecho Mercantil produce una transformación en el ámbito comercial, redefiniendo el concepto tradicional del comercio, y surgiendo la modalidad del comercio electrónico, digital o virtual.

Esta evolución tecnológica conllevó a la adopción de instrumentos legales que han ampliado el campo de acción de la electrónica en el ámbito del Dere-

cho, de allí el término de electrificación, para identificar este fenómeno y sus consecuencias jurídicas.

Entre los principales que conforman el marco regulatorio del comercio electrónico en el país se encuentra la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV, 2009) que garantiza las libertades económicas (art.112) y los derechos del consumidor (art.117), exigiendo información clara y bienes/servicios de calidad. El Código de Comercio (CC, 1955) reconoce las transacciones electrónicas como actos de comercio (art.3) y la costumbre mercantil como fuente de derecho (art. 9). El Código Civil (CCV, 1982) avala la autonomía contractual (art.1159), mientras que el Código Orgánico Tributario (COT, 2020) regula los impuestos de estas operaciones.

Leyes como la de Precios Justos (LOPJ, 2015) contempla el derecho de las personas naturales y jurídicas a desarrollar actividades económicas dentro del territorio nacional, incluyendo a aquellas que las desarrollen a través de medios electrónicos, sin hacer ninguna otra mención relacionada con el e-Commerce, como si lo hacía la Ley de Protección al Consumidor (LPDPABS, 2010) que quedó derogada con la promulgación de esta, dejando un vacío legal específico. La Ley de Delitos Informáticos (LDI, 2001) penaliza los crímenes cibernéticos, la Ley sobre Datos y Firmas Electrónicas (2001) regula los documentos, firmas y obligaciones nacidas de medios electrónicos, La Ley de Registros y Notarías (LRN, 2021) valida la firma electrónica y digitalización de documentos, facilitando trámites en línea y la Ley de tarjetas de crédito, débito, prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico de Tarjetas de Pago (LTCDPFPE, 2008) protege al usuario en transacciones electrónicas, clave para el e-commerce.

Con la descripción de estos instrumentos legales, se ha querido evidenciar su respectiva relación con el comercio electrónico, sin embargo, este conjunto de normas resulta insuficientes, por lo que es importante que se establezcan leyes y regulaciones claras y específicas para proteger los derechos de todas las partes involucradas y fomentar el desarrollo del comercio electrónico en el país.

Ciudadanía Digital

El concepto clásico de ciudadanía según Marshall (1963) se puede entender como el derecho a compartir y participar plenamente del legado social y a tener la vida de un ser civilizado, en este sentido refiere a todos los derechos y obligaciones por los cuales una persona está sujeto a una relación con la sociedad a la que pertenece. La cualidad de ciudadanía otorga la pertenencia a una comunidad humana organizada, trascendiendo los vínculos legales. Es así cómo, Papacharissi (2021) manifiesta que se puede ver una evolución histórica del concepto de acuerdo a las características y normas de cada sociedad, desde una ciudadanía civil a una ciudadanía política, para luego incluir una ciudadanía social y económica. La ejecución de esta participación y ejercicio de derechos de la ciudadanía estaban ligadas a una estructura geográfica, como los Estado-nación o ciudades.

Por su parte, la revolución digital ha sentado las bases para otro tipo o ámbito de ciudadanía: la ciudadanía digital entendida como el conjunto de derechos y deberes que ejercen los individuos en el entorno digital, abarcando desde el acceso y uso responsable de las tecnologías hasta la participación en la

sociedad digital. Adquiere una relevancia crucial en el contexto del comercio electrónico, ya que implica la protección de los derechos del consumidor en línea, la seguridad de las transacciones, la privacidad de los datos personales y la promoción de la confianza en el entorno digital, por lo que la construcción de una ciudadanía digital sólida es fundamental para garantizar que el comercio electrónico se desarrolle de manera inclusiva, equitativa y segura, permitiendo a todos los ciudadanos participar plenamente en la economía digital.

Al respecto, Santana y Serra (2022), definen la ciudadanía digital como un concepto en discusión con diversas aproximaciones, mencionando tres tipos de enfoques: i) Educativo y de desarrollo de competencias digitales, el cual asume la ciudadanía digital como la habilitación de competencias tecnológicas para que cada persona pueda usar y aprovechar las nuevas tecnologías y ejercer sus derechos y cumplir con sus responsabilidades en el mundo digital. ii) De normas y conductas en el mundo digital, la cual concibe la ciudadanía digital como las normas y conductas relacionadas con el uso e interacciones adecuadas en el mundo digital, incluyendo comportamientos en línea, etiqueta y bienestar digital, también abarca aspectos relativos a la distribución de poder y posibles abusos en el espacio virtual; y iii) De prerrequisito para la participación plena en la sociedad en línea, esta visión se basa en la posibilidad de intercambios más allá de la territorialidad de los Estados-nación, un pilar de la ciudadanía tradicional. (p.8).

Asimismo, los autores antes citados, también identifican cuatro tipos de iniciativas de ciudadanía digital en América Latina: (a) instrumental, que buscan el ajuste de organizaciones públicas y de la sociedad civil al nuevo contexto tecnológico, utilizando herramientas digitales básicas como páginas web y redes sociales para amplificar sus acciones del ambiente físico. También incluye iniciativas de alfabetización digital; (b) innovación pública y social, con un uso más sofisticado de tecnologías, incluyendo softwares creados para cambiar la forma en que funciona lo público y social, como datos abiertos y gobierno abierto; (c) híbridas emancipatoria, que buscan empoderar a la ciudadanía e influir en la toma de decisiones a través del uso estratégico de herramientas digitales comerciales masivas para coordinarse y amplificar su impacto, como proyectos comunitarios y organizaciones trabajando en temas de género y derechos indígenas; (d) transformativo, que buscan cambiar las estructuras de poder tradicionales hacia modelos menos centralizados y que se preocupan por asegurar los derechos de ciudadanos y comunidades en la sociedad digital, como iniciativas de neutralidad de la red y derechos digitales.

En una escala global, la evolución y despliegue de las tecnologías de la información (TI) ha sido acelerada, no solo por su alcance y grado de penetración a nivel económico, sino en el ámbito social logrando ser un núcleo de transformación, en donde la aplicación, la generación y la acumulación de conocimiento es un aspecto central para un mayor acceso a la información.

Teorías de sustento

Por su parte, la teoría de la ciudadanía digital de Ribble (2015) identifica nueve elementos clave: acceso digital, comercio digital, comunicación digital, alfabetización digital, etiqueta digital, ley digital, derechos y responsabilidades digitales, salud y bienestar digital, y seguridad digital. Enfatiza la importancia de educar a los usuarios sobre cómo utilizar la tecnología de manera ética, se-

gura y legal. Enfatiza la relevancia de la alfabetización digital y la seguridad en línea para proteger a los consumidores en el comercio electrónico. Promueve la responsabilidad de las empresas en la protección de los datos de los usuarios y el cumplimiento de las leyes de comercio electrónico.

Por su parte, la teoría de la participación digital de Jenkins (2009) promueve la idea de que la participación digital puede empoderar a los individuos y fomentar la democracia. Fomenta la participación de los consumidores en el comercio electrónico. Promueve la transparencia y la rendición de cuentas en el comercio electrónico, al permitir a los consumidores compartir sus experiencias y opiniones.

En cuanto a la teoría de la brecha digital de Van Dijk (2006) analiza las desigualdades en el acceso y uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Destaca la importancia de garantizar el acceso equitativo al comercio electrónico y a las oportunidades que ofrece. Promueve la alfabetización digital y el desarrollo de habilidades digitales para empoderar a los ciudadanos digitales, así como la implementación de políticas y programas para cerrar la brecha digital y promover la inclusión en la economía digital.

Estas teorías permiten comprender los desafíos y oportunidades del comercio electrónico y la ciudadanía digital.

Enfoque Metodológico

El artículo que se presenta es producto de una investigación cualitativa, en congruencia con la postura epistémica y la intencionalidad del estudio, se empleó el método fenomenológico-hermenéutico, el cual según Leal (2009) “Se interesa por la interpretación y la comprensión, por la búsqueda del significado de las experiencias vividas, y subsecuentemente coadyuvar al cambio desde la comprensión de las personas y sus comportamientos” (p.44).

Como técnica de aprehensión de la realidad se utilizó la entrevista en profundidad, técnica que permitió la recolección de la información a través de una interacción investigador-investigado, recabando la información que sirvió de base a los términos empíricos de la investigación, que permitió conocer a fondo las experiencias de los informantes y un muestreo teórico sobre las fuentes de información documental pertinente, realizada a tres informantes claves: un comerciante, un usuario de comercio electrónico y un inspector jefe de investigaciones de delitos informáticos. Esta técnica reflexiva, posibilitó el establecimiento de contacto con los informantes, expresando libremente sus pensamientos, sentimientos y empleando su propio lenguaje, que es parte de su realidad social, de donde se obtienen los hallazgos de los informantes desde la axiología del conocimiento sobre el comercio electrónico que permitió valorar una actualización de los instrumentos legales aplicables.

Por otra parte, se usó del guión de entrevista semiestructurado, que puede ser comprendida como aquellas que transcurren de una forma más espontánea, sin encontrarse sujetas a un elemento preestablecido, posteriormente con base en este, se realizó la categorización y estructuración de los datos obtenidos, por conducto de una herramienta auxiliar para el análisis de datos llamada Atlas.ti (versión 9), el mismo es descrito por Hernández, Fernández y Baptista (2010) como un programa desarrollado para “segmentar datos en unidades de significado; codificar datos (en ambos planos) y construir teoría (relacionar conceptos y categorías)” (p.470).

Asimismo, para el análisis de los hallazgos, se empleó la técnica de análisis de contenido mediante el procesamiento de la información mediante el software de análisis cualitativo Atlas.ti (versión 9), siguiendo un proceso sistemático de reducción de datos. Se procedió inicialmente con una codificación abierta, identificando unidades de significado en las transcripciones, para luego avanzar hacia una codificación axial, donde se establecieron relaciones y vínculos entre los códigos, dando origen a las categorías emergentes.

La rigurosidad científica se garantizó mediante la triangulación de fuentes (cruzando las perspectivas del comerciante, el usuario y el inspector), lo que permitió contrastar las visiones y asegurar la consistencia de los hallazgos. El criterio de saturación teórica se alcanzó cuando las nuevas unidades de análisis no aportaban información adicional relevante a las categorías ya definidas. Asimismo, la interpretación hermenéutica consideró no solo el discurso explícito, sino también los silencios y contradicciones como elementos reveladores de la incertidumbre jurídica percibida por los informantes. En este sentido, se integraron los datos obtenidos a lo largo de las entrevistas realizadas bajo el soporte del programa, el cual cataloga en concordancia con el esquema diseñado bajo las reglas de codificación impuestas.

Resultados y Discusión

Mediante el abordaje de la metodología cualitativa se obtuvo información de interés, que fue sometida a procesos de codificación, categorización y triangulación, lo que a su vez permitió la obtención de la fiabilidad del estudio. La categorización está asociada con los conceptos que representan fenómenos; a decir de Gomes (2003) el término categoría se refiere “en general, a un concepto que abarca elementos o aspectos con características comunes o que se relacionan entre sí” (p.55).

Producto de las entrevistas realizadas a los tres informantes claves seleccionados se destacó un conjunto de oraciones las cuales condujeron a la elaboración de conceptos en base a similitudes y diferencias; se aplicó la técnica de la triangulación de informantes con la cual se enfrentaron las opiniones o resultados desde los puntos de vista de los informantes claves, los teóricos y el análisis integrativo. Este proceso facilitó un primer agrupamiento en unidades análogas en función de las relaciones entre ellas para lograr depurar las subcategorías y categorías iniciales que fueron surgiendo orientando las diferentes fases de análisis.

De ello emergieron tres categorías y siete subcategorías, que se presentan en la figura 1, a continuación:

Figura 1: Categorías y Subcategorías



Fuente: Reyes, 2025.

La primera categoría en emerger se intitula: Configuración y expansión del e-commerce en Venezuela, esta se mantiene presente en todos los informantes claves, refiere que el comercio electrónico en Venezuela ha experimentado un crecimiento notable, especialmente durante la pandemia, a pesar de las limitaciones económicas. La expansión se refleja en el aumento de usuarios de internet y la adopción de plataformas B2C y B2B, con productos físicos, turismo y tecnología móvil como rubros principales. Sin embargo, persisten obstáculos como el acceso a divisas y la necesidad de un ecosistema de pagos en línea robusto. El potencial de crecimiento es evidente, requiriendo apoyo gubernamental y desarrollo de infraestructura digital.

Como subcategorías, los informantes destacan la importancia del aprendizaje continuo en estrategias digitales para la competitividad, resaltando la necesidad de que los comerciantes se mantengan actualizados. La sub-categoría Aprendizaje del E-commerce es un proceso de adquisición y transferencia de conocimiento que se da en tres niveles: individual, grupal y organizacional. Este procedimiento es clave para el desarrollo de una empresa, puesto que permite a los empleados adquirir nuevas habilidades y conocimientos mejorando su desempeño, contribuyendo al crecimiento de la organización, esta sub-categoría subyace en las siguientes verbalizaciones: El informante clave 1 expresó “El comerciante debe estar actualizado ante las nuevas estrategias digitales, siempre cambiantes, para ir a la punta de sus competidores”. El informante clave 2 expresó “La formación como usuario en el mundo digital permite realizar análisis de mercado, ya que la transformación digital es irreversible en virtud del mercado global”.

En concordancia con los párrafos anteriores, el aprendizaje del E-commerce, favorece la actualización de un mercado en constante evolución, además de contribuir en la satisfacción de los requerimientos de los compradores, en este sentido lo el informante clave 2 expresó “Todavía tenemos mucho por aprender, sobre todo escoger plataformas confiables de pago, sistemas de marketing digital de punta, servicios de envíos altamente reconocidos como confiables y responsables” y por otra parte, el informante clave 3 expresó “Las grandes empresas, deben invertir en la formación de personal del área administrativa y contable, de tal manera que pueda ayudar a que se adapten a las distintas transiciones que irá sufriendo el comercio electrónico.”

El éxito en el e-commerce exige la conformación desde la comprensión del usuario, con plataformas intuitivas, información detallada y personalización de la experiencia que faciliten la compra, ofreciendo información completa y opciones de búsqueda avanzada. La experiencia de compra en línea, según los informantes, debe ser constantemente evaluada y mejorada. Se destaca la importancia de centrarse en la experiencia de compra del cliente.

En este orden de ideas, se debe ofrecer información completa y precisa, para que el usuario pueda tomar una decisión de compra informada, incluyendo descripciones detalladas, imágenes de alta calidad, así como, las especificaciones técnicas, personalizando la experiencia de compra ofreciendo recomendaciones de productos caracterizado y opciones de búsqueda avanzada para que el usuario pueda encontrar lo que desea de manera más eficiente vía telemática, por último, es importante evaluar constantemente la experiencia en línea, realizando mejoras en función a las plataformas digitales más empleadas. Al

respecto el informante clave 1 expresó “Es interesante observar el fenómeno del comercio electrónico, en todo contexto, los nuevos modelos para la oferta, la consulta de precio, medios de pago y envío-recepción de la mercancía o servicio, todo cien por ciento por vía telemática”.

El desarrollo en las organizaciones empresariales del e-commerce plantea alcances legales, logísticos, de experiencia del usuario, competencia y seguridad. Los informantes resaltan la necesidad de abordar estos desafíos para prosperar en un mercado competitivo. La interacción entre usuarios y comerciantes genera compromisos legales que deben ser considerados.

Así lo expresó el informante 2: “El desarrollo y desenvolvimiento del comercio electrónico que tienen los usuarios al ofrecer productos, contenido o servicios, con la posibilidad de adquirir cualquier producto desde cualquier parte donde la persona se encuentre, con una mayor interacción entre el usuario y el comerciante implica a su vez la generación de compromisos legales.”

En este sentido, los retos desde el punto de vista legal, están vinculados, al cumplimiento que tienen todas las empresas, de acatar la legislación de la circunscripción en el que operan, lo que puede convertirse en un nudo crítico debido a las diferencias en las leyes y medidas de cada país. Es importante que los comercios se informen sobre los estatutos, regulaciones aplicables y se aseguren de cumplir con ellas, aunado a esto, si los comerciantes desean el desarrollo del E-commerce deben implementar una logística que garantice la entrega de los productos de manera oportuna y eficiente, esto puede ser un desafío en países con infraestructuras de transporte deficientes o en áreas remotas.

En concordancia con el párrafo precedente la seguridad jurídica establece la certeza y estabilidad de las normas legales, lo que protege a los individuos de situaciones anómalas que puedan llevar a la rescisión unilateral de un contrato y a la lesión de sus derechos adquiridos. En relación a la experiencia del usuario las empresas deben asegurarse que su plataforma sea fácil de usar y ofrezca una experiencia de compra satisfactoria enfocada en la necesidad de personalización adaptada a las necesidades de cada comprador, en este sentido el informante clave 1 opinó “Mi percepción es que hay muchísimo potencial, está creciendo, pero más orientado a plataformas asociadas a redes sociales (Instagram, Facebook Marketplace), que a sitios específicos de comercio electrónico (Mercado Libre)” y informante clave 3 expresó “Se genera un nivel de competitividad en crecimiento continuo que conlleva a desarrollar nuevas estrategias comerciales y tecnológicas, las cuales tiene como mayor consecuencia el crecimiento económico”.

El último desafío a abordar para el desarrollo del E-commerce es la seguridad, en este sentido, los comercios como marco normativo deben proteger la información personal y financiera de sus clientes, evitando fraudes. En relación a esta sub-categoría el informante clave 2 expresó “Rapidez en la incorporación de la sociedad al ámbito Comercial Formal garantizando su seguridad” y por otro lado, el informante clave 3 manifestó que “La implementación de regulaciones más sólidas y tecnologías de verificación transparentes ayuda a que las personas con menos experiencia digital sientan la confianza necesaria para realizar transacciones online”.

En relación con la segunda categoría Cultura Fiscal y Tributaria del Comercio Electrónico, es innegable que el avance de la tecnología, así como, la apari-

ción de nuevas formas de información y comunicación están revolucionando diversas actividades humanas, incluida la comercial, evidenciándose esto, en el uso de medios virtuales para realizar operaciones como compras, ventas y servicio, el comercio electrónico con características propias que lo diferencian del tradicional, las cuales deben ser reguladas por las leyes de cada país, la fiscalización del comercio electrónico es crucial para garantizar la transparencia y el cumplimiento tributario. La evasión fiscal, constituye un grave problema en América Latina, resolverlo exige medidas como la facturación electrónica y la automatización de la recaudación.

La cultura fiscal y tributaria puede ser una herramienta importante para mejorar la relación entre los ciudadanos y la administración tributaria, en este sentido, el informante clave 2 expresó que “En las experiencias conocidas donde se traslada la facturación al ámbito digital, así como la tributación correspondiente, usualmente se protege a los vendedores y compradores, porque formaliza la operación ante los entes públicos, permite dejar registro de los intercambios comerciales y por ende es auditable”, y por otro lado, el informante clave 3 indicó que “El Estado, en todos los niveles del poder público, realiza esfuerzos para controlar los deberes fiscales causados por el comercio electrónico”.

Emergieron dos subcategorías significantes del comercio electrónico en el cumplimiento de las obligaciones fiscales, se tiene que la mejora continua de la infraestructura de las telecomunicaciones ha proporcionado los medios para un intercambio de datos casi instantáneamente y el comercio electrónico hace un uso eficiente de estos flujos de datos, en este sentido los informantes destacan la necesidad de un registro formal de comercios electrónicos y la importancia de la exigencia de facturación por parte de los consumidores.

Al respecto, comunica el informante clave 1 que “No existe un registro de comercio electrónico como ocurre en otros países, aquí cualquiera crea un perfil y un usuario, y comercializa productos, contenido etcétera, sin nada formal” y por otro lado, el informante clave 2 manifiesta que “Depende más del consumidor la exigencia de la facturación y el cumplimiento de la norma fiscal correspondiente, cuyas operaciones terminan siendo reguladas, como en cualquier fondo de comercio, por medio de leyes tales como: el Código de Comercio, La Ley de ISLR, Código Orgánico Tributario, Ley de Impuestos al Valor Agregado, entre otros.”

La interpretación de las directrices establecidas en el e-commerce desde la cultura fiscal: La dispersión normativa y la necesidad de interpretación jurídica plantean nuevos retos. Se requiere un marco legal claro y una cultura fiscal que promueva el cumplimiento tributario en el entorno digital. Es una importante fuente de recursos y partida fundamental en el presupuesto público de cualquier país, especialmente si sus entradas se basan en un “ingreso fiscal”. Los ciudadanos están obligados por ley a pagar impuestos para dotar al Estado, a las comunidades autónomas y a los municipios de recursos suficientes para costear los gastos públicos.

En este orden de ideas, el informante clave 2 “El Estado, en todos los niveles del poder público, realiza esfuerzos para controlar los deberes fiscales causados por el comercio electrónico, la más actual consiste en la optimización del registro de contribuyentes y la factura fiscal”, por otro lado, el informante clave 3

expresó que se “Garantiza las transparencias de las operaciones y la aplicación oportuna y correcta de las leyes”, así como el informante clave 2 indicó que “En Venezuela, existen ciertas leyes que regulan algunos aspectos del comercio electrónico, sin embargo, se encuentran en diferentes normas, y en la mayoría de los casos están sujetas a la hermenéutica jurídica, y muchos de los comerciantes se embarcan en la comercialización de sus productos en las redes sin previsión alguna de sus implicaciones jurídicas, fiscales o tributarias.”

En cuanto a la tercera categoría Ciudadanía Digital y Comercio Electrónico, los informantes hacen referencia al ejercicio responsable de los derechos y deberes de los individuos como consumidores y vendedores en el entorno digital, que requiere la comprensión y aplicación de normas legales, éticas y de seguridad para garantizar transacciones justas, seguras y transparentes.

De ella, emergieron dos subcategorías: protección de datos y privacidad en el comercio electrónico, la cual examina el papel de los ciudadanos digitales en la exigencia de transparencia y responsabilidad a las empresas en el manejo de sus datos y educación y conciencia del consumidor digital, hace referencia a las habilidades y conocimientos que los consumidores necesitan para protegerse de fraudes, identificar prácticas comerciales engañosas y ejercer sus derechos como consumidores en línea. Por lo que se requieren iniciativas de educación y sensibilización que pueden promover una ciudadanía digital informada y crítica en el contexto del comercio electrónico.

En relación a la protección de datos el informante clave 2 indicó que “El mayor obstáculo para la expansión del comercio digital, es la confianza. Las marcas que ofrecen transparencia total y protegen la identidad de sus clientes logran una mayor retención y lealtad, convirtiendo la seguridad en un valor que las diferencia de la competencia”, por otro lado, el informante clave 2 indicó que “Debe observarse la condición opuesta, quienes actúan bajo el ánimo de la mala fe, que el Estado debe controlar, para garantizar la seguridad jurídica y la paz social” y el informante clave 3 resaltó que “La privacidad y la protección de datos siguen siendo el reto principal, tras años de fraudes y falta de transparencia, el consumidor es extremadamente cauteloso con el uso de su información personal a la hora de utilizar plataformas digitales.”

Y por otra parte, resaltaron la educación y conciencia de los usuarios de entornos digitales, refiriendo el informante clave 1 que “El principal reto es la seguridad de los datos en un entorno de conectividad global, ya que existe el desafío de la brecha cognitiva, donde el consumidor debe aprender a distinguir entre interacciones humanas y agentes de inteligencia artificial al momento de realizar la transacción electrónica”, así como el informante clave 2 resalta que “La educación digital ya no se limita a saber comprar, sino a entender el ecosistema. El consumidor debe saber utilizar plataformas de verificación, que le permitan determinar su confiabilidad”, y por último el informante clave 3 señaló que “El consumidor ahora prioriza la relevancia, la ética de la marca y la seguridad de sus datos como pilares fundamentales de su decisión de compra, es mas consciente a la hora de utilizar el comercio electrónico.”

Al respecto, Santana y Serra (2022) postulan el enfoque de derechos humanos como elemento central para comprender y desarrollar la ciudadanía digital en el contexto de la sociedad contemporánea. Advirtiendo que las aproximaciones predominantes a la ciudadanía digital tienden a tener un enfoque utilita-

rista, centrándose en competencias digitales o normas de conducta en línea, y omiten o no consideran suficientemente el enfoque de derechos que vincula la ciudadanía al goce efectivo de derechos y a las desigualdades generadas en la sociedad digital, subrayando que el ejercicio de los derechos de la ciudadanía digital está intrínsecamente ligado a los contextos y geografías particulares.

Además, destacan los autores que la implementación de políticas para la ciudadanía digital debe basarse en diagnósticos específicos que consideren las realidades regionales, nacionales y locales, destacando la necesidad de incorporar un enfoque de género para atender las brechas existentes.

En este contexto, la brecha digital, de acuerdo con Lamschtein y Rivoir (2017), se trata de “la desigualdad en los beneficios obtenidos con el uso de las tecnologías” (p. 89), pues esta no solo comprende el acceso a las tecnologías o al servicio de internet, sino también, la capacidad de los usuarios para utilizar estas herramientas y obtener logros personales (Van Dijk, 2006).

Reflexiones Finales

Luego de revisar el constructo teórico que se ha ido desarrollando en torno a las implicaciones socio-jurídicas del comercio electrónico en la construcción de la ciudadanía digital, es necesario ofrecer información completa y precisa, para que el usuario pueda tomar una decisión de compra informada, incluyendo descripciones detalladas, imágenes de alta calidad, así como, las especificaciones técnicas, personalizando la experiencia de compra ofreciendo recomendaciones de productos caracterizado y opciones de búsqueda avanzada para que el usuario pueda encontrar lo que desea de manera más eficiente vía telemática, por último, es importante evaluar constantemente la experiencia en línea, realizando mejoras en función a las plataformas digitales más empleadas.

En general, se debe buscar una solución consensuada, puesto que, esta situación tiene impacto en el Derecho Tributario tanto nacional como internacional. Las implicaciones fiscales del comercio electrónico y su realidad no pueden ignorarse en términos de los propósitos de los impuestos y sus efectos en las economías de los países. Lograr un consenso en el tratamiento fiscal de las operaciones de comercio electrónico es un tema complejo que requiere un esfuerzo coordinado de ambas partes. Las posibles formas para alcanzarlo incluyen definir el lugar de consumo, desarrollar un marco para la armonización y coordinación fiscal, promover el diálogo, así como, la cooperación entre los involucrados, alentar a las organizaciones a desarrollar directrices, participar en tratados y acuerdos fiscales.

La necesidad de enriquecer la seguridad jurídica del comercio electrónico conlleva a propiciar la cultura del cumplimiento de la norma jurídica mercantil, previniendo así los distintos tipos de delitos telemáticos, desde la perspectiva de sus actores, que en estos tiempos amerita la elaboración de un Registro Mercantil tecnológico y telemático por medio de la legislación.

El comercio electrónico, como nuevo servicio, estableció innovadores elementos en el mundo de las relaciones económicas y sociales. En este orden de ideas, para que se pueda desarrollar el E-commerce en todo su grandiosidad, será necesario contar con las herramientas legales que avalen a las personas involucradas, garantizando que las transacciones realizadas gocen de una validez, basándose en el uso de mecanismos judiciales que les permitan exigir los cánones que obtienen como condición de estas transacciones comerciales,

partiendo de esto, se devela la importancia de contar con herramientas de seguridad jurídica especialmente diseñadas para el E-commerce.

Bajo esta perspectiva, la inseguridad ocasionada por la ausencia de un marco regulatorio definido constituye uno de los mayores obstáculos para el completo desarrollo del comercio electrónico, la incierta legalidad sobre los términos contractuales ejecutables en el E-commerce hace que la seguridad de la transacción se vea afectada y con ella, el desenvolvimiento del comercio electrónico a lo largo de las fronteras. En este contexto, la ejecución y práctica de normas regulatorias jugarán un papel primordial, en la seguridad jurídica de las transacciones en línea.

En lo que se refiere a la ciudadanía digital en el comercio electrónico es esencial para construir un entorno en línea seguro, inclusivo y ético, donde los consumidores puedan ejercer sus derechos de manera informada y las empresas operen con responsabilidad y transparencia.

Referencias

- Cárdenas, M. (2015). Las garantías jurídicas de los usuarios del comercio electrónico. Tesis Doctoral no publicada. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. <https://accedacris.ulpgc.es/handle/10553/17253>
- Cámara Venezolana de Comercio Electrónico. (2024). Informe anual de indicadores del comercio electrónico en Venezuela. Cavecom-e. <https://cavecom-e.org.ve/>
- Código Civil. (1982). Gaceta Oficial N° 2.990 de fecha 26 de julio de 1982. https://www.suscerte.gob.ve/wp-content/uploads/2022/10/Codigo_Civil.pdf
- Código de Comercio de Venezuela. (1955). Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 475 Extraordinaria, de fecha 21 de diciembre de 1955. <https://www.asambleanacional.gob.ve/storage/documentos/leyes/ley-de-ref-20220418144912.pdf>
- Código Orgánico Tributario. (2020). Gaceta Oficial N° 6.507 Extraordinaria, de fecha 29 de enero de 2020. <https://faolex.fao.org/docs/pdf/ven195179.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2024). Informe Nacional Venezuela: Datos sobre transformación digital y brechas estructurales. Naciones Unidas. <https://www.cepal.org/es/publicaciones>
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (2009). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela. Extraordinario N° 5.908 de fecha 19 de febrero 2009. <https://www.cgr.gob.ve/assets/pdf/leyes/Constitucion.pdf>
- Fernandinho, S (2013). Comercio electrónico y pago mediante tarjeta de crédito en el ordenamiento jurídico español: una propuesta para su implementación en el ordenamiento jurídico de Guinea-Bissau. Tesis Doctoral no publicada. Universidad Carlos III de Madrid. <https://hdl.handle.net/10016/16963>
- Gomes, R. (2003). Análisis de datos en la investigación.
- Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. Quinta edición.
- Jenkins, H. (2009). Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. MIT Press.

- Lamschtein, S., & Rivoir, A. (2017). Desafíos para el estudio de las desigualdades digitales. Uso, habilidades y resultados tangibles. *El Uruguay desde la Sociología* XV, 81-93. <https://n9.cl/cqfm0>
- Leal, J. (2009). *La autonomía del sujeto investigador y la metodología de investigación*. Tercera Edición.
- Ley Especial Contra los Delitos Informáticos (2001). Gaceta Oficial N° 37.313 del 30 de octubre de 2001. https://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_ven_anexo18.pdf
- Ley de Registros y Notarias. (2021). Gaceta Oficial N° 6.668 Extraordinario de fecha 16 de diciembre de 2021. <https://accesoalajusticia.org/ley-de-registros-y-notarias-2/>
- Ley de tarjetas de crédito, débito, prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico (2008). Gaceta Oficial N° 39.021 de fecha 22 de septiembre 2008. <http://invedet.org/wp-content/uploads/2020/06/Venezuela-Ley-de-Tarjetas-de-Cr%C3%A9dito-2008.pdf>
- Ley Orgánica de Precios Justos (2015). Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Precios Justos. Gaceta Oficial N° 40.787 de fecha 12 de noviembre de 2015. <https://www.asambleanacional.gob.ve/storage/documentos/leyes/decreto-n0-2092-mediante-el-cual-se-dicta-el-decreto-con-rangovalor-y-fuerza-de-ley-de-precios-justos-20211026133422.pdf>
- Ley para la defensa de las personas en el Acceso a los Bienes y Servicios, (2010). Gaceta Oficial N° 39.358, de fecha 01 de febrero de 2010. http://vendata.org/gacetas/2010/02/39358_01-02-2010.pdf?
- Marshall, T. H. (1963). *Sociology at the crossroads*. Heinemann.
- Observatorio de Derechos Humanos Digitales. (2024). Situación de los derechos digitales en Venezuela: Desafíos para la ciudadanía en línea. Movimiento Vinotinto. Informe sobre Derechos Digitales en Venezuela 2024 (Columbia University / Movimiento Vinotinto)
- Papacharissi, Z. (2021). *After democracy: imagining our political future*. Yale University Press.
- Ribble, M. (2015). Ciudadanía digital en las escuelas: Nueve elementos que todo estudiante debería conocer. (3.ª ed.). Sociedad Internacional para la Tecnología en la Educación.
- Rodríguez, G. (2004). El Comercio Electrónico (E-Commerce). Bajo el marco de la OMC y la CNUDMI. Regulación para América Latina: Jurídicas Rincón. (p.19).
- Salas, J. C. (30 de abril de 2023). Cavecom-e: Comercio electrónico en Venezuela creció 500% en 2022 y en 2023 las perspectivas positivas se mantienen. Hispano Post. <https://hispanopost.com/cavecom-e-comercio-electronico-en-venezuela-crecio-500-en-2022-y-en-2023-las-perspectivas-positivas-se-mantienen/>
- Santana, L. y Serra, I. (2022). El enfoque de derechos humanos y ciudadanía digital en la ciudad. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/4806>
- Van Dijk, J. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics*, 34(4-5), 221-235. doi: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2006.05.004>

Lizeth Fabiola Reyes Briceño: Licenciada en Administración de Empresa, Universidad Bicentennial de Aragua (UBA), Venezuela (1995); Abogada, UBA, Venezuela (2015); Especialista en Derecho Procesal Civil, UBA, Venezuela (2017); Magister en Derecho Procesal Civil, UBA, Venezuela (2023); Doctora en Ciencias Jurídicas, UBA, Venezuela (2024); Estudios de Especialización Superior en Derecho Migratorio de los Estados Unidos de América con mención especial: Experto en la Ley de Inmigración y Nacionalidad de los Estados Unidos, Instituto Iberoamericano de Leyes y Economía (IILE), Ecuador (2024); Estudios de Especialización Superior en Derecho Migratorio: Golden Visas, Residencias y Ciudadanías por Inversión, Instituto Iberoamericano de Leyes y Economía (IILE), Ecuador (2024); Estudios de Especialización Superior en Derecho Societario de los Estados Unidos de América, Instituto Iberoamericano de Leyes y Economía (IILE), Ecuador (2025); Diplomado en Derecho de Sucesiones, UBA, Venezuela (2022); Certificados obtenidos: Mayor Índice Académico de la Promoción de Abogados de la UBA (1995); Mayor Índice Académico de la Promoción de Especialista en Derecho Procesal Civil, UBA (2017); Mayor Índice Académico de la Promoción de Magister en Derecho Procesal Civil, UBA (2023); Publicación de Libro Visión Jurídica del E-Commerce en Venezuela (2024); ejerce el Libre Ejercicio de sus profesiones, es Socia Fundador y Administrador de Amplia Abogados, S.C y Líder Regional de Centro Occidente en Ágora Abogados S.C.