

Uso y afianzamiento del comercio electrónico en la comunidad universitaria

Use and reinforcement of electronic commerce in the university community.

Zerpa, Alvaro José

Abogado egresado de la Universidad de Los Andes, Especialista en Derecho Mercantil.
alvarosvz@hotmail.com

Recibido:06-06-2012/ Revisado: 13-06-2012/ Aprobado:23-10-2012

Resumen

La presente investigación se realizó en línea, donde los datos fueron recogidos a través de la encuesta electrónica enviada por correo electrónico a una muestra representativa de la población en estudio, conformada, para la fecha, por ochocientos diez (810) docentes de la Universidad de Los Andes del Núcleo Mérida que mantienen una cuenta habilitada en la Web del Profesor, de los cuales se tomó una muestra que significó el 11% del total de la población, distribuida por facultades; es decir 89 docentes, de los cuales 49 enviaron sus respuestas. Lo cual la ubica como una investigación de carácter descriptivo y documental.

Palabras claves: Comercio electrónico, Universidad de Los Andes, Venezuela.

Abstract

The present research was conducted online, where data were collected through the electronic survey and sent by e-mail to a representative sample of the population under study;made parte to the time, eight hundred ten (810) Professors of the University of The Andes of Merida core that

maintain an account enable in the web of the professor, of which a sample that was taken represented 11% of the total population, distributed by faculties, to mention 89 professors, of whom 49 sent their answers. Which it could be taken as a descriptive and documentary research.

Key words: electronic commerce, The University of The Andes, Venezuela

1. Introducción

El interés del comercio electrónico se ha incrementado y, es evidente que la tecnología ha transformado el modo en que las compañías hacen negocios y satisfacen las necesidades de sus clientes. El maravilloso mundo de las computadoras conjuntamente con el nuevo mundo “virtual”, una vez más establece la diferencia. El advenimiento del comercio electrónico es hoy una realidad insoslayable. Al igual que en otras áreas, la combinación de lo que se denomina nuevas tecnologías está transformando el comercio, de tal manera que resulta indispensable comenzar a imaginar los distintos campos en que éstos cambios fluirán en un futuro próximo.

Estrictamente hablando, el comercio electrónico es aquella forma de transacciones comerciales en las que el contacto entre las partes se realiza por medios electrónicos en lugar de utilizar los métodos tradicionales físicos directos. El comercio electrónico está eliminando barreras de las estructuras comerciales tradicionales, mejorándose las expectativas del cliente, la competitividad global y la capacidad de aprovisionamiento. Un caso particular del comercio electrónico es la venta electrónica por Internet, en la que el suministrador provee bienes o servicios a cambio de un pago, utilizando la red.

En el caso de Venezuela el comercio electrónico ha venido ganando terreno de manera sostenida toda vez que se registra un incremento interesante en los usuarios de esta forma de hacer negocios en los últimos años. Según diversas estadísticas el comercio electrónico como alternativa de hacer negocios ha venido registrando un crecimiento

interanual entre 30% y 40%, ganando fuerza e involucrando a diversas actividades económicas. De la misma forma, cada día son más variados los sectores de la sociedad venezolana que se incorporan al uso del comercio electrónico, sin embargo, existe un conjunto de dudas y temores sobre la seguridad de hacer negocios por esta vía que obstaculizan el afianzamiento del mismo en la población.

Dentro de este marco se inscribe la presente investigación que tiene como propósito conocer los niveles de afianzamiento que tiene el comercio electrónico en los docentes de la Universidad de Los Andes, específicamente de las once (11) facultades de la ciudad de Mérida. Esta investigación es de carácter descriptiva bajo la modalidad de investigación en línea, para lo cual se toma una muestra representativa de los docentes por facultad y se les aplica una encuesta a través del correo electrónico.

Igualmente, se refiere a cuál ha sido la penetración en el mercado y público venezolano, sus avances y obstáculos para su crecimiento y específicamente cómo se ha afianzado el comercio electrónico en los docentes universitarios.

2. Determinación del problema

Indiscutiblemente que las redes mundiales de información están transformando al mundo y acercando más a la gente a través de la innovación de las comunicaciones mundiales, lo cual posibilita cambios en todos los ámbitos de la actividad humana, por ejemplo la competitividad, el empleo y la calidad de vida de las naciones. Con las nuevas tecnologías, el tiempo y la distancia dejan de ser obstáculos, los contenidos pueden dirigirse a una audiencia masiva o a un pequeño grupo de expertos y buscar un alcance mundial o meramente local. Las redes mundiales de información, como Internet no conoce fronteras.

La rápida difusión y el gran interés en el mundo de la informática, ha permitido la creación de tecnología Internet/Web, una herramienta fundamental para redes de computadoras y sus usuarios. Internet ofrece

un nuevo mercado que define la economía digital. Los productores, proveedores de bienes/servicios y usuarios logran tener acceso y transmisión mundial de la información y esparcimiento en forma sencilla y económica, sean con fines comerciales o sociales.

A criterio de quienes participaron en el foro organizado por la Cámara Venezolana de Comercio Electrónico (Cavecom-e) y cuyas conclusiones fueron presentadas en el denominado Informe del Foro sobre Comercio Electrónico (2008), no es sencillo convencer a todos, de que comprar en la red es más cómodo, seguro y económico. La aparición y crecimiento del comercio electrónico está obligando claramente, tanto a proveedores como demandantes de productos, bienes y servicios, a replantarse muchas de las cuestiones del comercio tradicional, tomando en cuenta que cada día las transacciones electrónicas suman más adeptos, convencidos de las ventajas de la Web y que como consecuencia de la variada e interesante oferta, han descubierto una inmensa variedad de empresas, a nivel mundial que han desarrollado infraestructuras adecuadas para realizar comercio en línea.

De acuerdo, con un análisis presentado en dicho foro, *“el comercio electrónico como alternativa de hacer negocios ha venido registrando un crecimiento interanual entre 30% y 40%, ganando fuerza e involucrando a diversas actividades económicas”*. Esto ha sido favorecido por factores como los cambios tecnológicos, mentalidad de la sociedad, marco legal estable y desarrollo de nuevas plataformas más seguras y confiables.

En este mismo orden de ideas dejaron sentado que la apertura de mercados es fundamental para el rápido crecimiento del uso de nuevos servicios y la asimilación de tecnologías nuevas. Sin embargo, es evidente que no todos los países se incorporan con la misma velocidad al comercio electrónico, así tenemos que *“los países de la región con mayor comercio electrónico son Brasil, Argentina, Chile y México”*.

Asimismo, Venezuela se ubicaría en una posición intermedia, mientras el resto de países latinoamericanos, en su mayoría con duras realidades socioeconómicas, con crisis financiera, restricciones en las monedas internacionales, la contracción del turismo, la inseguridad jurídica y una

escasa cultura digital, se encuentran en puestos no muy alentadores en este tipo de transacciones.

En Venezuela persisten muchas contradicciones que impide el desprendimiento total de la venta en línea, en el informe *in comento* se afirma que por una parte, es común encontrar preocupaciones de las compañías de tecnologías alrededor de temas como la falta de un marco jurídico en la actividad y una escasa y poco publicitada infraestructura financiera que soporte los pagos en línea; y por otra, existe la desconfianza del usuario, ante el desconocimiento de los mecanismos de despacho así como la seguridad misma de las transacciones. Sin embargo, existe, a su vez, la plena confianza sobre las proyecciones que se están generando, ya que la banca y algunas empresas han develado sus progresos en materia de procesamiento de pagos en línea (y en bolívares) así como la seguridad al momento de la compra.

Es importante señalar que en Venezuela las compras en línea se cancelan con tarjetas de créditos, depósitos en cuentas o pagos contra entrega. Estas formas de pago aún cuando le restan versatilidad a la transacción electrónica, han sido la alternativa para que oferentes y demandantes puedan converger en un mercado donde una elevada proporción no posee instrumentos para pagar o simplemente no confía en suministrar los datos de su tarjeta a través de Internet.

Con relación al sector universitario producto de un conjunto de características que le son propias tales como su nivel educativo, el socioeconómico, estabilidad laboral y disponibilidad de computadoras conectadas a Internet, se presume que es uno de los sectores más susceptibles a utilizar la vía electrónica para hacer transacciones, concretamente el sector docente. Particularmente, el profesorado de la Universidad de Los Andes cuenta con una de las mejores redes informáticas del país y es de esperarse que dadas estas ventajas comparativas hagan uso frecuente del comercio electrónico. Sin embargo, existe en este sector serias dudas en cuanto a privacidad y seguridad.

En la mayoría de los usuarios persiste el temor sobre la seguridad y no confían abiertamente en la Web como canal de pago. En la actualidad,

son varias las opiniones que apuntan a que las compras se realizan utilizando el número de la tarjeta de crédito, pero aún no es seguro introducirlo en Internet sin conocimiento alguno. Cualquiera que transfiera datos de una tarjeta de crédito mediante la Web, no puede estar seguro de la identidad del vendedor. Análogamente, éste no lo está sobre la del comprador.

De esta forma, quien paga puede asegurarse de que su número de tarjeta de crédito no sea recogido y sea utilizado para algún propósito malicioso; correlativamente, el vendedor no puede asegurar que el dueño de la tarjeta de crédito rechace la adquisición. Resulta irónico que ya existan y funcionen correctamente los sistemas de pago electrónicos para las grandes operaciones comerciales, mientras que los problemas se centren en las operaciones pequeñas, que son mucho más frecuentes.

Cuestiones legales, políticas y sociales son algunos de los aspectos abiertos en torno al comercio electrónico: validez de la firma electrónica, no repudio, legalidad de un contrato electrónico, violaciones de marcas y derechos de autor, pérdida de derechos sobre las marcas, secretos comerciales y responsabilidades, sin tomar en consideración las leyes, políticas económicas y censuras gubernamentales. Sin embargo, la inseguridad y la desconfianza son fenómenos que aún no se han podido superar en este sector.

En medio de esta incertidumbre cabe preguntarse:

¿En qué medida utilizan los docentes universitarios el soporte electrónico para realizar transacciones comerciales?

¿Cuáles son los intereses o expectativas de los docentes universitarios en cuanto al servicio que demandan vía Internet?

¿Cuál es el nivel de seguridad otorgado a los docentes de la Universidad de Los Andes para el uso del comercio electrónico?

¿Qué conocimiento tienen los docentes de la Universidad de Los Andes sobre el marco jurídico que regula la materia del comercio electrónico?

Son estas interrogantes las que nos llevan a definir los objetivos de esta investigación.

3. Objetivos de la investigación

3.1 Objetivo general

Determinar el nivel de uso y afianzamiento del comercio electrónico a través de Internet, dentro de la comunidad universitaria (Caso: docentes de la Universidad de Los Andes, Núcleo Mérida)

3.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la realidad en relación al uso del comercio electrónico por parte de los docentes de la Universidad de Los Andes.
- Identificar los beneficios que los profesores universitarios demandan para el uso del comercio electrónico.
- Caracterizar la calidad del servicio que reciben los docentes como usuarios del comercio electrónico.
- Establecer el nivel de conocimiento del marco jurídico venezolano que regula el uso del comercio electrónico.

4. Justificación

El comercio electrónico desempeña un papel esencial en las diferentes transacciones comerciales en el mundo, por lo que conocer el comportamiento de un sector tan importante como lo son los docentes universitarios, con respecto al uso del comercio electrónico, a través de la red, es relevante ya que permite acercarse a conocer la realidad de esta innovadora forma de hacer transacciones comerciales. En este sentido, esta investigación se justifica por los siguientes aspectos:

- a) Se puede tener una visión con orientación hacia el uso del comercio electrónico; además de adquirir conocimientos reflexivos sobre la materia, que conduzcan a establecer una mejor interacción con el entorno tecnológico vinculado a las transacciones vía Internet.

- b) El profesor universitario podrá obtener nuevas experiencias en la implementación de nuevas tecnologías, que lo orientarán a mejorar el proceso de inserción en el mundo del comercio en línea, haciéndoles tomar conciencia en el buen uso y manejo de los recursos que el ambiente informático le proporciona.
- c) La comunidad podrá participar en actividades que conlleven al aprovechamiento y uso racional de los recursos del ambiente informático; además de concienciar a la población en la prevención y solución de problemas y posibles delitos en red.
- d) El estudio es importante, porque permite sugerir a las autoridades correspondientes, aspectos que deben ser tomados en cuenta por ellos, para mejorar estrategias que permitan valorar la importancia del comercio electrónico aplicado a diferentes situaciones de la vida diaria, con miras a lograr una mejor calidad de vida, fundamentada en el buen uso de la tecnología informática.
- e) Intercambio de conocimientos entre los profesores universitarios de la Universidad de Los Andes con investigadores de otras universidades.

Por todo lo antes señalado, la investigación resulta de gran importancia para los profesores universitarios porque la misma va a permitir fomentar una actitud investigadora con relación al comercio electrónico, con miras a la implementación de un plan estratégico que permita desarrollar, habilidades y niveles de preparación acerca del mejor uso que se le puede dar al comercio electrónico.

5. Antecedentes de la investigación

Los estudios para abordar el comercio electrónico en Venezuela son pocos y algunos están referidos a aspectos muy puntuales como es el caso de Agüero (2007) quien realizó un estudio denominado *“El comercio electrónico, los delitos informáticos y su legislación en Venezuela (2001-2006)”*. El mismo es un estudio de carácter interdisciplinario, que integra elementos de las ciencias administrativas y las ciencias jurídicas, pues este estudio tiene como objetivo *“analizar la legislación sobre*

delitos informáticos en Venezuela y su repercusión sobre el comercio electrónico". En el mismo una de sus conclusiones hace referencia a:

Al hablar de seguridad y de los sectores público y privado, la actuación de éstos es fundamental, siendo la colaboración entre ambos una premisa ineludible. El sector privado debe de tener la responsabilidad de ir a la vanguardia en cuanto al uso de las computadoras y las redes mientras que el gobierno, por su parte, debe seguir trabajando en la creación y formulación de pautas de seguridad de la información y de respeto a la intimidad. Todo eso debe ir, inevitablemente, acompañado por un fortalecimiento y actualización del marco legislativo que topa con las diversas lagunas en la materia, carencias que no pueden ignorarse en un momento en que las nuevas tecnologías se han consolidado como características fundamentales de la vida económica y social de la región (p. 130)

Esta investigación es importante para el presente estudio toda vez que uno de los aspectos consustanciales al comercio electrónico, que genera dificultades y puede calificarse como elemento negativo es el surgimiento de los llamados delitos informáticos. Este tipo de infracciones es una de las barreras u obstáculos para el efectivo crecimiento del comercio electrónico, pues afecta la confianza de los actores que concurren en dichas actividades económicas.

De igual manera, encontramos a Buitrago (2008), quien en su investigación "*Posibilidad Jurídica del Voto Electrónico en las Asambleas de Accionistas en Venezuela*", asevera:

"Indiscutiblemente, tener presente la tecnología permitirá mejorar considerablemente las relaciones comerciales y económicas, brindando a los empresarios la posibilidad de ejercer el comercio y desarrollar sus transacciones eficazmente, así como automatizar el funcionamiento de su empresa, incluso sin la imperiosa necesidad de que se movilice, lo que se traduce en ahorro de tiempo y costo, mayor eficacia y eficiencia en el manejo de su sociedad mercantil". (p.83)

Para esta abogada, no se puede seguir dirigiendo las empresas con ideas tradicionales, hay que emplear la tecnología y confiar en los sistemas de seguridad que garantizan la información transmitida, por eso,

...es importante insistir en el cambio de mentalidad, ya que el temor que ha generado el uso de las nuevas tecnologías por la inseguridad al no aplicar sistemas que resguarden la información que se transmite a través de la red, ese temor será superado en el momento en que la propia tecnología permita que el documento electrónico ofrezca las mismas seguridades que el escrito. (p. 86)

Ahora bien, todo lo anterior guarda relación con la presente investigación debido al gran aporte que suministra, ya que conteste con la autora, la celebración de negociaciones contractuales realizadas de modo virtual, acorta el tiempo y la distancia existente entre las partes intervinientes. Lo cual reafirma la importancia del manejo de las nuevas tecnologías de comunicación y procesamiento de información como herramienta fundamental para el desempeño de la actividad comercial por parte del empresario.

6. Base teórica

Comercio electrónico

El comercio, es la actividad ancestral del ser humano, ha evolucionado de muchas maneras, pero su significado y su fin siempre es el mismo. El comercio es el proceso y los mecanismos utilizados, necesarios para colocar las mercancías, que son elaboradas en las unidades de producción, en los centros de consumo en donde se aprovisionan los consumidores, último eslabón de la cadena de comercialización. Es comunicación y trato. El comercio electrónico se entiende como cualquier forma de transacción comercial en la que las partes involucradas interactúan de manera electrónica y no de la manera tradicional por medio de intercambios físicos o trato físico directo.

Actualmente, la manera de comerciar se caracteriza por el mejoramiento constante en los procesos de abastecimiento, y como respuesta a ésto, los negocios a nivel mundial están cambiando tanto su organización como sus operaciones. El comercio electrónico es el medio de llevar a cabo dichos cambios dentro de una escala global, permitiendo a las compañías ser más eficientes y flexibles en sus operaciones internas, para así trabajar de una manera más cercana con sus proveedores y estar más pendiente de las necesidades y expectativas de sus clientes. Además, permiten seleccionar a los mejores proveedores sin importar su localización geográfica para que de esa forma se pueda vender a un mercado global.

Para Neilson, referido por Jaimes (2008):

“El comercio electrónico es cualquier actividad de intercambio comercial en la que las órdenes de compra-venta y pagos se realizan a través de un medio telemático, los cuales incluyen servicios financieros y bancarios suministrados por Internet. El comercio electrónico es la venta a distancia aprovechando las grandes ventajas que proporcionan las nuevas tecnologías de la información, como la ampliación de la oferta, la interactividad y la inmediatez de la compra, con la particularidad que se puede comprar y vender a quien se quiera, y, dónde y cuándo se quiera. Es toda forma de transacción comercial o intercambio de información, mediante el uso de Nueva Tecnología de Comunicación entre empresas, consumidores y administración pública” (p. 4).

Por su parte en Venezuela, a los fines de la Ley de Defensa para las Personas en el acceso a los Bienes y Servicios, 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.

7. Bases Legales

7.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

Nuestra carta magna reconoce en sus artículos 108 y 110, el interés público de la ciencia, la tecnología, el conocimiento, la innovación y sus aplicaciones y los servicios de información necesarios por ser instrumentos fundamentales para el desarrollo económico, social y político del país, así como para la seguridad y soberanía nacional. Igualmente establece que el Estado garantizará servicios públicos de radio, televisión y redes de bibliotecas y de informática, con el fin de permitir el acceso universal a la información. Los centros educativos deben incorporar el conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías, de sus innovaciones, según los requisitos que establezca la ley.

7.2 Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación

Esta Ley tiene por objeto desarrollar los principios orientadores que en la materia objeto de estudio, establece la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, para organizar el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, así como definir los lineamientos que orientará las políticas y estrategias para la actividad científica, tecnológica y de innovación, con la implantación de mecanismos institucionales y operativos para la promoción, estímulo y fomento de la investigación científica, la apropiación social del conocimiento y la transferencia e innovación tecnológica, a fin de fomentar la capacidad para la generación, uso y circulación del conocimiento y de impulsar el desarrollo nacional. El artículo 22 establece:

“La autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, a través del Observatorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (ONCTI), recopilará, sistematizará, categorizará, analizará e interpretará información a los fines de formular las políticas públicas en la materia. Este órgano tendrá los siguientes objetivos: 1. Contribuir al análisis y evaluación de las relaciones entre los sujetos de esta Ley, así como proponer alternativas para su funcionalidad. 2. Contribuir con la definición de políticas públicas y el seguimiento al Plan Nacional

de Ciencia, Tecnología e Innovación.3. Contribuir a la propuesta de la organización territorial a nivel regional y comunal, para la obtención de zonas con respuestas funcionales en el ámbito sociopolítico y productivo.4. Propiciar la interacción entre las industrias y las actividades de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones.5. Promover la participación del Poder Popular en la generación y uso de la información necesaria para el fortalecimiento de consejos comunales y comunas”.

7.3 Ley de Reforma de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones

Según la Paradoja de Hayles y sus “Capas de Desarrollo” (1999), mencionado por Pagés (s/f) “Sin infraestructuras previas, en definitiva, no hay acceso a las nuevas tecnologías” (p. 33). De aquí la importancia capital de este instrumento normativo que estableció la apertura y competencia en el sector de las telecomunicaciones en nuestro país y sentó las bases del desarrollo e inversión en la infraestructura que actualmente disfrutamos. En materia específica de TIC podemos destacar algunos postulados de esta ley; la promoción a la investigación, el desarrollo y la transferencia tecnológica en materia de telecomunicaciones y la utilización de nuevos servicios, redes y tecnologías con el propósito de asegurar el acceso en condiciones de igualdad a todas las personas.

Para garantizar el cumplimiento de sus objetivos, la ley exige a los distintos operadores la homologación y certificación de equipos, así como el uso de la tecnología adecuada, a fin de lograr el acceso universal a la comunicación.

7.4 Ley Especial sobre Delitos Informáticos

Esta Ley tiene por objeto la protección integral de los sistemas que utilicen tecnologías de información, así como la prevención y sanción de los delitos cometidos contra tales sistemas o cualquiera de sus componentes o los cometidos mediante el uso de dichas tecnologías, en los términos previstos en el mismo cuerpo legal. Esta ley tipifica los delitos y establece penas con sus circunstancias agravantes y atenuantes y también penas accesorias. Entre las clases de delitos que establece se encuentran:

- Contra los sistemas que utilizan tecnologías de información;
- Contra la propiedad;
- Contra la privacidad de las personas y de las comunicaciones;
- Contra niños y adolescentes, y;
- Contra el orden económico.

7.5 Decreto con Rango y Fuerza de Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas

Este decreto ley tiene por objeto 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, atribuible 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. Por lo tanto, será aplicable a los Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas independientemente de sus características tecnológicas o de los desarrollos tecnológicos que se produzcan en un futuro. A tal efecto, sus normas serán desarrolladas e interpretadas progresivamente, orientadas a reconocer la validez y eficacia probatoria de los Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas.

7.6. Decreto 825 sobre Internet como prioridad

En este orden de ideas, se encuentra este decreto que 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. Desarrollando lo previamente establecido en el Plan Nacional de Telecomunicaciones sobre el desarrollo de una sociedad de la información. Igualmente, el decreto dispone las directrices que deberán seguir los órganos de la Administración Pública Nacional para la inserción de esta tecnología de información en todos los ámbitos de la nación.

En este sentido, se establece:

“Incorporar en el desarrollo de sus actividades objetivos relacionados con el uso de Internet, la utilización de Internet para el funcionamiento operativo de los organismos públicos, tanto interna como externamente, hacer uso preferente de Internet en sus relaciones con los particulares, para la prestación de servicios comunitarios entre los que se mencionan, a título enunciativo, las bolsas de trabajo, los buzones de denuncia, planes comunitarios con los centros de salud, educación, información, entre otros, así como cualquier otro servicio que ofrezca facilidades y soluciones a las necesidades de la población”.

De igual forma, este Decreto en comento, ordena que en un plazo no mayor de tres (3) años, el cincuenta por ciento (50%) de los programas educativos de Educación Básica y Diversificada, deberán estar disponibles en formatos de Internet, de manera tal que permitan el aprovechamiento de las facilidades interactivas, todo ello previa coordinación del Ministerio de Educación, Cultura y deportes. Constituye asimismo, una fuente inagotable de oportunidades para pequeñas, medianas y grandes empresas, para el incremento de la eficiencia empresarial, la calidad de los servicios públicos y en la transparencia de los procesos, entre otros.

7.7 Ley para la Defensa de las Personas en el acceso a los Bienes y Servicios

Este marco legal tiene por objeto la defensa, protección y salvaguarda de los derechos e intereses individuales y colectivos en el acceso de las personas a los bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades, estableciendo los ilícitos administrativos, sus procedimientos y sanciones; los delitos y su penalización, el resarcimiento de los daños sufridos, así como regular su aplicación por parte del Poder Público con la participación activa y protagónica de las comunidades.

En materia de TIC, establece en el Título II, Capítulo V, referido a la Protección en el Comercio Electrónico, incluyendo a la vez una definición de éste, los deberes del proveedor de bienes y servicios dedicados al comercio electrónico, entre los que se cuenta que los proveedores de bienes y servicios dedicados al comercio electrónico deberán prestar

la debida atención a los intereses de las personas y actuar de acuerdo con prácticas equitativas de comercio y la publicidad, igualmente el de aportar información confiable, desarrollar e implementar procedimientos fáciles y efectivos que permitan al consumidor o usuario escoger entre recibir o no mensajes comerciales electrónicos no solicitados.

De igual forma, en relación con la confiabilidad del pago, señala que los proveedores ofrecerán mecanismos electrónicos fáciles y seguros de pago y deberán especificar las garantías que cubrirán la relación comercial. Se agrega la obligación de los proveedores de mantener un registro electrónico con respaldo de seguridad por un período de cinco (5) años. También, señala la intervención de los Consejos Comunales en las actividades de monitoreo, verificación y vigilancia.

Asimismo, adoptar especial cuidado en la publicidad dirigida a niños, adolescentes, ancianos, enfermos de gravedad, entre otros, el deber de informar sobre el proveedor, garantizar la utilización de los medios necesarios que permitan la privacidad de los consumidores y usuarios, ofrecer la posibilidad de escoger la información que no podrá ser suministrada a terceras personas, ofrecer la posibilidad de cancelar o corregir cualquier error en la orden de compra, antes de concluirla, proporcionar mecanismos fáciles y seguros de pago, así como información acerca de su nivel de seguridad y especificar las garantías.

7.8 Decreto con rango, valor y fuerza de Ley Orgánica de la Administración Pública

En este cuerpo normativo se recoge exitosamente algunos de los postulados previamente establecidos en el Decreto 825, elevándolos a rango de precepto orgánico, en los que establece lo siguiente: Los órganos y entes de la Administración Pública deberán utilizar las nuevas tecnologías, tales como los medios electrónicos, informáticos y telemáticos, para su organización, funcionamiento y relación con las personas. Cada órgano y ente de la administración Pública deberá establecer y mantener una página en la Internet, que contendrá, entre otra información que se considere relevante, los datos correspondientes a su misión, organización, procedimientos, normativa que lo regula,

servicios que presta, documentos de interés para las personas, así como un mecanismo de comunicación electrónica con dichos órganos y entes disponibles para todas las personas.

También establece que los órganos y entes de la Administración Pública podrán incorporar tecnologías y emplear cualquier medio electrónico, informático, óptico o telemático para el cumplimiento de sus fines.

De esta forma, los documentos reproducidos por los citados medios gozarán de la misma validez y eficacia del documento original, siempre que se cumplan los requisitos exigidos por ley y se garantice la autenticidad, integridad e inalterabilidad de la información.

7.9 Ley de Reforma Parcial de la Ley de Contrataciones Públicas

En este cuerpo legislativo se dedica un capítulo completo para permitir que en los procedimientos regulados por dicha ley se puedan utilizar los medios electrónicos. Su objetivo es promover la actualización tecnológica en los procesos de contratación y procura del Estado y demás entes sometidos a la Ley. Con estos preceptos se incluyen en dichos procesos, todos los beneficios de los adelantos tecnológicos que permiten, además de cumplir con los principios establecidos en la Ley, al ser más ágiles, eficientes y económicos.

Admite igualmente, mediante la aceptación del uso de estas herramientas, llevar un control automatizado que al mismo tiempo podrían generar los indicadores y estadísticas que sean necesarias. Esta Ley también incorpora una definición de "*medios electrónicos*" así como el "*principio de no exclusión o discriminación de base tecnológica*". El fin último es que los procedimientos de selección del contratista y de contratación se realicen en un ambiente totalmente electrónico.

7.10 Ley de Registro Público y del Notariado

El propósito de este cuerpo normativo ha sido la adaptación del ordenamiento jurídico a los cambios actuales, entre los que se encuentran las nuevas tecnologías informáticas, para llegar a una automatización del sistema registral y notarial, así como unificar en un mismo texto

normativo las disposiciones que regulen la actuación de los Registros y de las Notarías Públicas. Se considera de interés público el uso de medios tecnológicos en la función registral y notarial para que los trámites de recepción, inscripción y publicidad de los documentos sean practicados con celeridad, sin menoscabo de la seguridad jurídica.

De igual forma, esta Ley establece que los asientos registrales y la información registral emanada de los soportes electrónicos del sistema registral venezolano surtirán todos los efectos jurídicos que corresponden a los documentos públicos.

En tal sentido, entre los principales postulados referidos a las TIC, tenemos que todos los soportes físicos del sistema registral y notarial actual se digitalizarán y se transferirán progresivamente a las bases de datos correspondientes. El proceso registral y notarial podrá ser llevado a cabo íntegramente a partir de un documento electrónico y se establece que la firma electrónica de los Registradores y Notarios tendrá la misma validez y eficacia probatoria que la ley otorga a la firma autógrafa.

7.11 Código Orgánico Tributario

Permite la utilización intensiva de medios electrónicos o magnéticos, la declaración y pago de tributos a través de Internet. Los artículos más relevantes en cuanto a las TIC se refiere, son: el artículo 125, que establece que la Administración Tributaria podrá utilizar medios electrónicos o magnéticos para recibir, notificar e intercambiar documentos, declaraciones, pagos o actos administrativos y, en general, cualquier información.

A tal efecto se tendrá como válida en los procesos administrativos, contenciosos o ejecutivos, la certificación que de tales documentos, declaraciones, pagos o actos administrativos realice la Administración Tributaria, siempre que demuestre que la recepción, notificación o intercambio de los mismos se ha efectuado a través de medios electrónicos o magnéticos. El artículo 138, establece lo siguiente:

“Cuando la administración Tributaria reciba por medios electrónicos declaraciones, comprobantes de pago, consultas tributarias,

recursos u otros trámites habilitados para esa tecnología, emitirá un certificado electrónico que especifique la documentación enviada y la fecha de recepción, la cual será considerada como fecha de inicio del procedimiento de que se trate. En todo caso, se prescindirá de la firma autógrafa del contribuyente o responsable. La Administración Tributaria establecerá los medios y procedimientos de autenticación electrónica de los contribuyentes o responsables”.

8. Marco Metodológico

8.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación utilizado es de carácter descriptivo. Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (1991) definen las investigaciones descriptivas como *“aquellas que buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad”* (p.68).

En este caso los datos serán recogidos a través de la encuesta electrónica, en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios, en la medida en que los docentes universitarios han contestado la mencionada encuesta. De tal manera, este tipo de investigación detalla, fundamentalmente un fenómeno o situación mediante su estudio, una circunstancia espacial y temporal determinada.

8.2 Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación es no experimental. Según Hernández Fernández y Baptista (1991) nos encontramos ante este diseño:

(...) “cuando no es posible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones, es decir, no se construye ninguna situación, sino que se indagan y observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador”.(Pp. 86-87)

En la presente investigación, bajo la modalidad de investigación en línea, el sujeto adquiere una altísima independencia para manifestar sus respuestas al cuestionario aplicado.

Asimismo, la investigación se corresponde al diseño tradicional descriptivo por que tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables, en un solo momento, en un tiempo único. El diseño de investigación nos puede permitir hacer descripciones del estado actual del hecho y sistematizar las acciones para caracterizar la realidad en la que se desenvuelven los profesores universitarios en cuanto al uso y la confianza en el comercio electrónico.

El estudio propuesto se adecua a los propósitos de la investigación en la cual no se han planteado hipótesis. Se trata de un estudio descriptivo, en la medida que busca describir con precisión los niveles de afianzamiento del comercio electrónico en el profesorado universitario.

8.3 Procedimiento desarrollado en la Investigación

Para todo investigador es necesario plantearse la organización a seguir en el desarrollo del trabajo. La presentación por pasos, es una de ellas. Este estudio será atendido en tres fases diferentes, pero sustentado en el principio de la unidad, tal como lo expresa Fidias (2006): *"(...) los vínculos o nexos son tan estrechos, que la diversidad cuantitativa y cualitativa de los fenómenos no constituye una dificultad insuperable..."* (p. 22). Estas fases son:

- a.- **Fase Documental:** La importancia de esta fase radica en la información que suministra y la metodología seguida para registrarla. Las fuentes documentales son diversas en este caso, las cuales se presentan como primarias donde se ubican los materiales impresos: libros, publicaciones, revistas, archivos públicos, trabajos inéditos, Internet y otros.
- b.- **Fase de Campo:** Los insumos de la fase documental orientan al investigador, en este caso la fase de campo es direccionada a la aplicación de una encuesta a través de correo electrónico a los docentes universitarios seleccionados, para lo cual se necesita

instrumentar lo siguiente:

- Definición de la población objeto de estudio.
 - Selección de la muestra aplicando algún modelo de muestreo.
 - Organización de la muestra seleccionada.
 - Recolección de información mediante la aplicación de los diferentes instrumentos.
 - Acopio de los instrumentos.
 - Tabulación de las tablas estadísticas para condensar la información según los instrumentos.
 - Análisis e interpretación de la información tabulada.
 - Representación gráfica de la información.
- c.- **Fase Operativa:** Está representada por la elaboración de las conclusiones y recomendaciones.

8.4 Población y Muestra

8.4.1 Población

Se entiende por población cualquier conjunto de elementos de los que se quiere conocer o investigar alguna o algunas características. En el caso que nos ocupa, el universo de estudio está constituido por el conjunto de personas que se desempeñan como docentes de la Universidad de Los Andes del núcleo Mérida, es decir, los pertenecientes a las once (11) facultades que se ubican en el municipio Libertador del estado Mérida y que mantiene una cuenta habilitada en la Web del profesor. Esta población o universo de estudio está conformado, para la fecha de la investigación, por ochocientos diez (810) profesores. Considerando, que al mismo tiempo son las unidades de la población que se desea investigar y está distribuida de la siguiente manera:

Cuadro 1. Distribución de la población de docentes de la ULA con cuentas habilitadas en la Web del profesor.

Facultad	Número de Profesores
Arquitectura	63
Arte	9
Ciencias	134
Ciencias Forestales y Ambientales	54
Ciencias Jurídicas y Políticas	32
Ciencias Económicas y Sociales	77
Farmacia	52
Humanidades y Educación	99
Ingeniería	192
Medicina	65
Odontología	33
Total	810

Fuente: Encuesta aplicada a profesores de la ULA. 2010.

8.4.2 Muestra

Con relación al tamaño de la muestra Chávez (1994: p. 164), sostiene que: *“la muestra es una porción representativa de la población que permite generalizar sobre ésta los resultados de una investigación”*.

El caso en estudio requiere minimizar el contexto a una muestra representativa, ya que el universo poblacional de los docentes de la Universidad de Los Andes del núcleo Mérida y que mantiene una cuenta habilitada en la Web del profesor, así lo amerita. En este sentido, se plantea que, una muestra representativa es aquella donde el grupo es relativamente pequeño de una población y presenta características semejantes a la misma.

Tomando en cuenta lo dicho anteriormente, para escoger una muestra cuyo tamaño garantice la representatividad de la población en estudio, hay que demostrar a través de operaciones pertinentes que permitan calcular las muestras representativas, para esto se realizó el procedimiento para poblaciones finitas, puesto que el número del universo de los docentes en cuestión, se enmarca dentro de esta conceptualización. Para tal efecto se utilizó la fórmula siguiente:

$$n = \frac{a^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{E^2(N - 1) + a^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde dichos parámetros estadísticos están definidos así:

n = es el tamaño de la muestra.

a = es una constante = 2.

P y q = son las probabilidades de éxito y fracaso un valor de 50% por lo que p y q es igual a 50.

N = Tamaño de la población

E² = es el error seleccionado por el investigador.

Para determinar el tamaño de la muestra de la población de 810 docentes se tomó en cuenta un margen de error del 10%, efectuándose de la siguiente manera:

$$n = \frac{4 \times 810 \times 50 \times 50}{10^2(810 - 1) + 4 \times 50 \times 50}$$

$$n = \frac{810000}{100(809) + 10000}$$

$$n = \frac{810000}{80900 + 10000}$$

$$n = \frac{810000}{90900}$$

$$n = 89$$

El tamaño de la muestra constituye el 11% del total de la población, en tal sentido, la muestra quedaría distribuida por facultad de la siguiente manera:

Cuadro 2: Distribución de la muestra de población docente por facultad

Facultad	Número de Profesores	11%
Arquitectura	63	7
Arte	9	1
Ciencias	134	15
Ciencias Forestales y Ambientales	54	6
Ciencias Jurídicas y Políticas	32	3
Ciencias Económicas y Sociales	77	8
Farmacia	52	6
Humanidades y Educación	99	11
Ingeniería	192	22
Medicina	65	7
Odontología	33	3
Total	810	89

Fuente: Elaboración propia, 2010.

Los números o papelitos extraídos que concuerden con los números de la lista constituyen los elementos de la muestra.

Los elementos de la muestra se conocen como Unidades de Análisis y que al suministrar información se convierten en Unidades de Observación.

9. Análisis de resultados

Una vez aplicado el instrumento diseñado para recolectar la información, como fue el cuestionario dirigido vía Internet a los docentes de la Universidad de Los Andes del núcleo Mérida, con la finalidad de determinar los niveles de afianzamiento del uso del comercio electrónico (e-comercio) en este sector y realizado el procedimiento estadístico correspondiente de la información, se presentan los resultados. El análisis e interpretación de los resultados obtenidos se ejecutó considerando como elemento fundamental la frecuencia absoluta (Fa) y frecuencia relativa (porcentual) de respuestas significativas.

Es de destacar que no todos los consultados por intermedio del correo electrónico regresaron el cuestionario con sus respectivas respuestas, las razones para ello se desconocen y ameritan un estudio particular sobre el uso y/o la importancia que los docentes le dan a las investigaciones a través de la vía informática.

Sin embargo, 49 docentes enviaron sus respuestas, lo que constituye un 55% de los docentes consultados a través del correo electrónico y un 6% del total de los docentes que tiene cuentas habilitadas en la Web del profesor de la Universidad de Los Andes del núcleo Mérida (Véase Cuadro 3). Esta muestra en relación a los objetivos de esta investigación es representativa y nos permite inferir los niveles de afianzamiento en el uso del correo electrónico de los docentes universitarios con objetividad.

Cuadro 3: Población de docentes de la ULA con cuenta habilitada en la Web del profesor, distribución de la muestra y número de respuestas por Facultad

Facultad	Número de Profesores	11%	Nº de Respuestas
Arquitectura	63	7	4
Arte	9	1	1
Ciencias	134	15	7
Ciencias Forestales y Ambientales	54	6	4
Ciencias Jurídicas y Políticas	32	3	2
Ciencias Económicas y Sociales	77	8	6
Farmacia	52	6	2
Humanidades y Educación	99	11	6
Ingeniería	192	22	10
Medicina	65	7	4
Odontología	33	3	3
Total	810	89	49

Fuente: Elaboración propia, 2010.

Los distintos cuadros que se señalan a continuación, fueron realizados conforme a los respectivos indicadores de cada una de las dimensiones presentadas en el cuestionario. Los ítems se han agrupado de forma tal que correspondan con cada uno de los objetivos específicos definidos dentro de la investigación.

9.1 Diagnóstico sobre el uso del Comercio Electrónico por parte de los docentes de la ULA

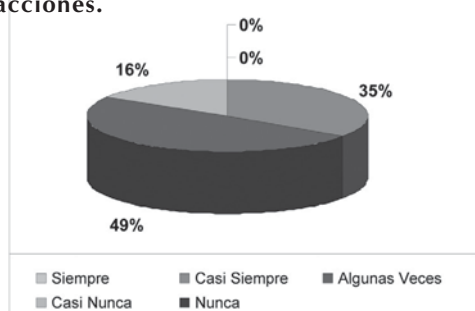
Cuadro 4: Diagnóstico sobre el uso del comercio electrónico por parte de los docentes de la ULA.

Ítem	Siempre		Casi Siempre		Algunas Veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fa	(%)	Fa	(%)	Fa	(%)	Fa	(%)	Fa	(%)
1	-	-	17	35	24	49	8	16	-	-
2	-	-	10	20	20	41	19	39	-	-
3	-	-	20	40	15	31	14	29	-	-

Fuente: Elaboración propia, 2010.

Se refleja que respecto al ítem 1, en cuanto a si consideran importante el comercio electrónico para hacer sus transacciones, 49% de los docentes respondieron que algunas veces; 35% casi siempre y 16% casi nunca. Mientras que las opciones siempre y nunca no fueron seleccionadas. De allí se infiere el reconocimiento de la trascendencia del comercio electrónico.

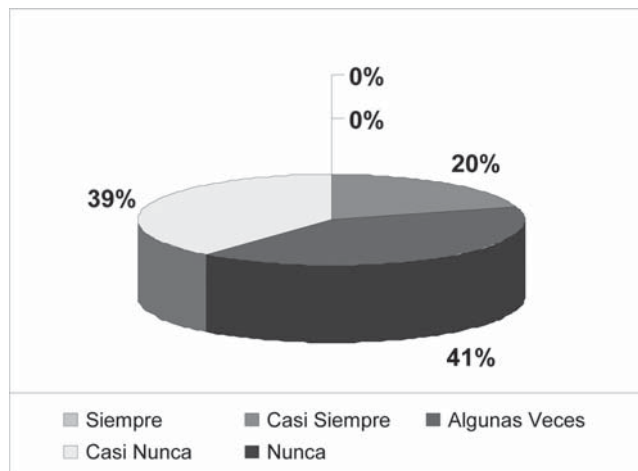
Gráfico1: Porcentaje de docentes que consideran importante el e-comercio para realizar transacciones.



Fuente: Elaboración propia, 2010.

En cuanto al ítem 2, referido a la confianza y seguridad que les inspira el uso del comercio electrónico para realizar transacciones comerciales, la alternativa algunas veces obtuvo 41% y casi nunca 39%, entre ambas respuestas tenemos 80%, lo que es bien significativo en cuanto a los niveles de confianza del e-comercio; pues el restante 20% corresponde a la alternativa casi siempre, mientras que las alternativas: siempre y nunca, no obtuvieron porcentaje, de allí que se evidencia que la confianza es muy baja.

Gráfico 2: Porcentaje que evidencia la confianza en el uso del e-comercio.

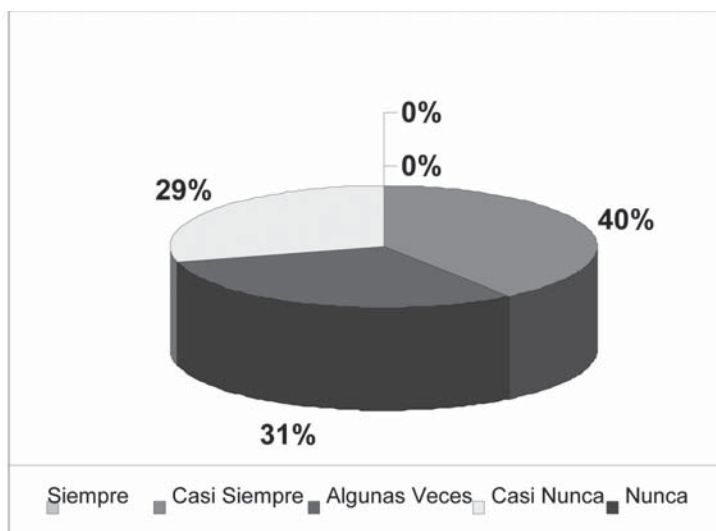


Fuente: Elaboración propia, 2010.

En relación a los resultados obtenidos de las respuestas al ítem 3 que se refiere al uso de Internet para realizar transacciones comerciales, 31% de los docentes universitarios contestaron algunas veces; 29% casi nunca y 40% casi siempre. Las alternativas siempre y nunca, no fueron escogidas.

En este sentido, del análisis de la información obtenida se evidencia que los docentes no utilizan el Internet, de manera asidua, para realizar transacciones comerciales. No obstante, se evidencia que aunque no lo usan con regularidad, en alguna oportunidad lo han utilizado.

Gráfico 3: Porcentaje de uso de Internet para las transacciones comerciales por parte de los docentes.



Fuente: Elaboración propia, 2010.

9.2 Identificación de los beneficios que los profesores universitarios demandan para el uso del comercio electrónico

Cuadro 5. Identificación de los beneficios que los docentes demandan para el uso del comercio electrónico.

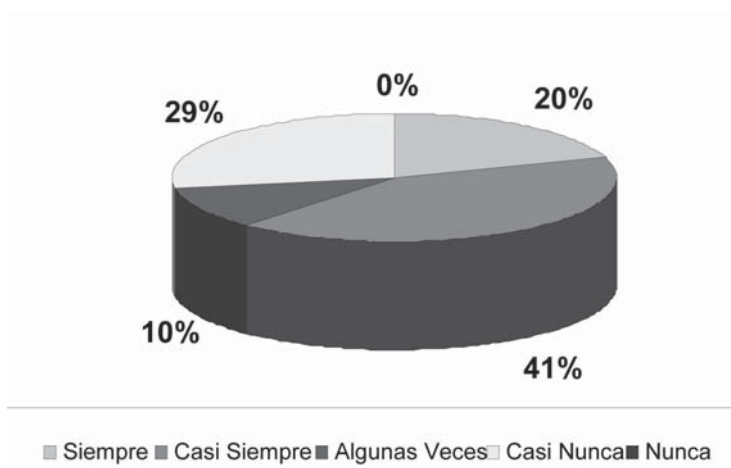
Ítem	Siempre		Casi Siempre		Algunas Veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fa	(%)	Fa	(%)	Fa	(%)	Fa	(%)	Fa	(%)
4	10	20	20	41	5	10	14	29		
5	9	18	10	20	30	62				
6			18	37	23	47	8	16		

Fuente: Elaboración propia, 2010.

Respecto al ítem 4, referido a la percepción de los docentes con respecto a si las ofertas de productos que se hacen a través de la red cubren las expectativas de los usuarios, el porcentaje más significativo fue para la alternativa casi siempre, con 41%; el 29% opina que casi nunca se cubren las expectativas; 20% opinó que siempre y 10% algunas veces. La alternativa nunca, no fue seleccionada.

Lo anteriormente expuesto permite afirmar que, tomando en cuenta la opinión de los docentes universitarios que colaboraron con la presente investigación, medianamente las ofertas hechas a través de la red cubren las expectativas de los usuarios.

Gráfico 4: Porcentaje de docentes que consideran que la oferta de productos por la red cubren las expectativas de los usuarios.

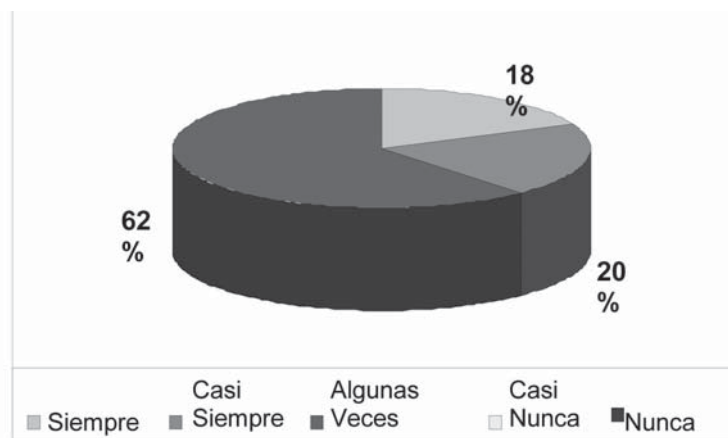


Fuente: Elaboración propia, 2010.

De acuerdo a los resultados obtenidos con respecto al ítem 5, que trata de determinar el nivel de desconfianza al usar los medios electrónicos como medio de pago, la mayoría de los docentes manifestaron que algunas veces, en un 62%; en segundo lugar, 20% casi siempre y un 18% siempre. Las opciones casi nunca y nunca, no fueron elegidas por los encuestados.

En tal sentido, las respuestas de este segmento de la población orientan a expresar la necesidad imperante de generar mayor confianza en los usuarios de la red, y en particular, a aquéllos que realizan transacciones comerciales mediante sistemas informáticos y que ponen en riesgo información personal y confidencial.

Gráfico 5: Porcentaje de docentes que sienten desconfianza al usar los medios electrónicos como medio de pago.

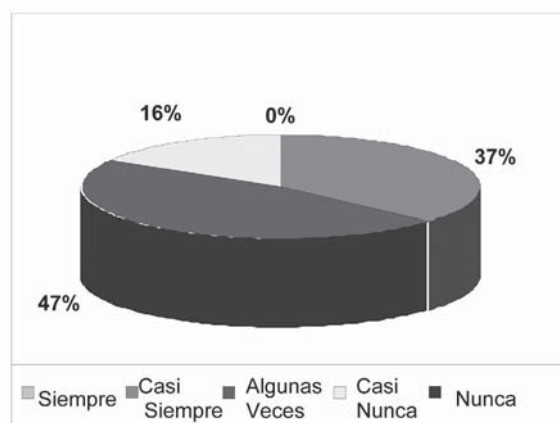


Fuente: Elaboración propia, 2010.

En cuanto al ítem 6, referido a si sienten duda sobre la identidad de la otra (s) parte (s) que intervienen en la relación comercial, los docentes consideran en un 47% que algunas veces; 37% casi siempre y casi nunca un 16%.

Al respecto, es importante destacar que existe la posibilidad de que la otra(s) parte(s) –con la cual se interactúa por medios electrónicos- no sea quien dice ser, por eso la totalidad de los docentes encuestados –en diferente medida- dudan sobre con quien están contratando.

Gráfico 6. Porcentaje que representa la duda en relación a la identidad de la contraparte en la relación comercial mediante medios electrónicos.



Fuente: Elaboración propia, 2010.

9.3 Respecto a la Calidad del servicio que reciben los docentes como usuarios del comercio electrónico.

Cuadro 6: Calidad del servicio que reciben los docentes como usuarios del comercio electrónico.

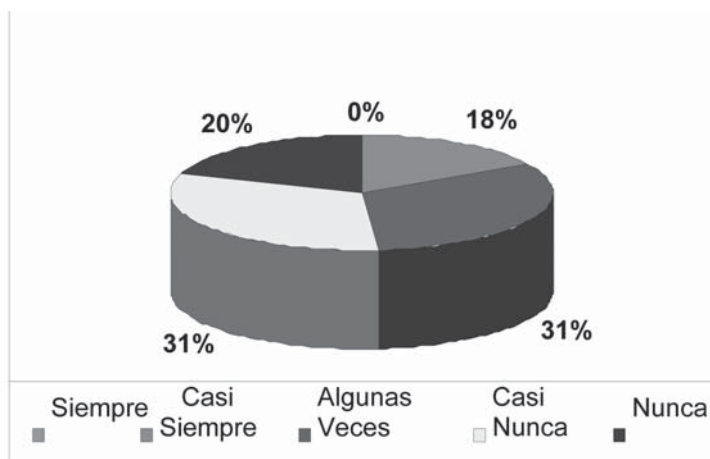
Ítem	Siempre		Casi Siempre		Algunas Veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fa	(%)	Fa	(%)	Fa	(%)	Fa	(%)	Fa	(%)
7			9	18	15	31	15	31	10	20
8	5	10	29	59	15	31				
9			4	8	35	72	10	20		

Fuente: Elaboración propia, 2010.

De acuerdo a los resultados del ítem 7, referido a si estiman óptimo el servicio de atención a los usuarios, disponible en la red, los docentes lo calificaron como tal en una proporción de 31%, algunas veces y en la misma ponderación, casi nunca; la alternativa nunca registró 20% de las respuestas y la alternativa casi siempre 18%, mientras que la alternativa siempre no obtuvo respuesta.

De lo anterior se deduce que, la percepción de los docentes en cuanto a la calidad del servicio de atención que se recibe al hacer uso del comercio electrónico, es regular.

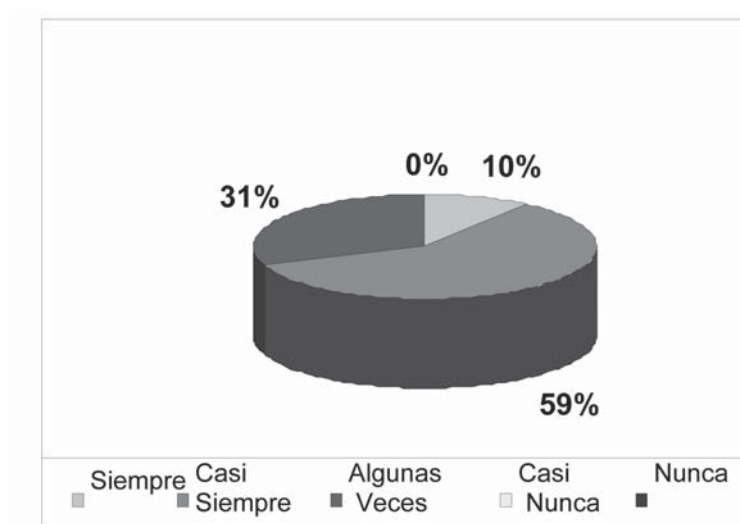
Gráfico 7: Porcentaje de docentes que evalúan como óptimo el servicio de atención al usuario del e-comercio.



Fuente: Elaboración propia, 2010

El ítem N° 8 relacionado a determinar si los docentes cuentan con una adecuada plataforma tecnológica que permita el uso del comercio electrónico, un 59% opinan que casi siempre; 31% manifestó que algunas veces y el 10% siempre, lo que confirma que los docentes universitarios tienen una aceptable plataforma tecnológica para realizar sus transacciones comerciales a través de la vía electrónica.

Gráfico 8: Porcentaje de docentes que consideran que cuentan con una adecuada plataforma tecnológica.

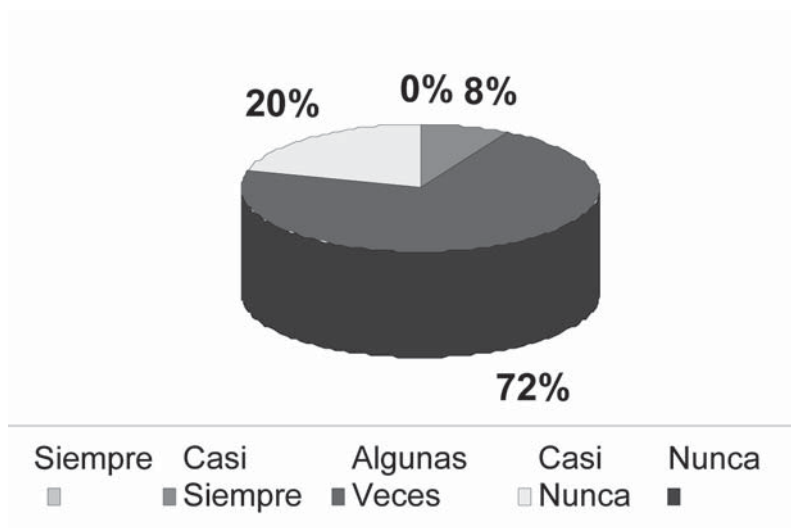


Fuente: Elaboración propia, 2010.

En cuanto al ítem 9 relativo a conocer el criterio de los docentes sobre la viabilidad de que la mayoría de las transacciones comerciales se hagan a través de medios electrónicos, la respuesta de un 72% fue direccionada hacia la alternativa algunas veces; 20% eligieron la opción casi nunca y 8% casi siempre. Estas respuestas son un indicativo de que los docentes no están de acuerdo con cambiar sus patrones de hacer las transacciones.

El comercio electrónico no reemplaza al canal de ventas tradicional, es una alternativa más, un canal de ventas adicional, que tiene la misma complejidad logística que las tiendas en cuanto a la distribución del producto, entre otros problemas, tales como la intangibilidad del bien al momento de negociar.

Gráfico 9: Porcentaje de docentes que consideran que la mayoría de transacciones se hagan por medios electrónicos.



Fuente: Elaboración propia, 2010.

9.4 En relación al nivel de conocimiento del marco jurídico venezolano que regula el uso del comercio electrónico

Cuadro 7: Conocimiento del Marco Jurídico Venezolano que regula el comercio electrónico.

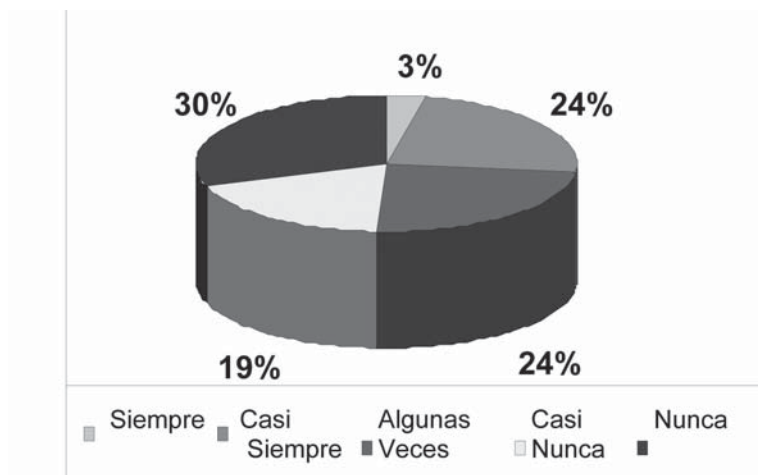
Ítem	Siempre		Casi Siempre		Algunas Veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fa	(%)	Fa	(%)	Fa	(%)	Fa	(%)	Fa	(%)
10	2	3	12	24	12	24	9	19	14	30
11			8	16	22	45	17	35	2	4

Fuente: Elaboración propia, 2010.

El ítem 10 concerniente al conocimiento que tienen los docentes de los textos jurídicos que regulan el uso del comercio electrónico en Venezuela, las opiniones están divididas y dispersas en todas las alternativas, así encontramos que la alternativa nunca, que se relaciona directamente con un desconocimiento pleno, obtiene 30% de las opiniones; por su parte, las alternativas casi siempre y algunas veces obtienen 24%; casi nunca el 19% y siempre 3%.

Resultados que favorecen al estudio, por evidenciar que es necesario actualizar a los docentes sobre la normativa vigente que estipula la manera de realizar las transacciones comerciales en esta nueva forma, que cada día abarca más espacio.

Gráfico 10: Porcentaje de docentes que conocen los textos jurídicos que regulan el uso del e-comercio en Venezuela.



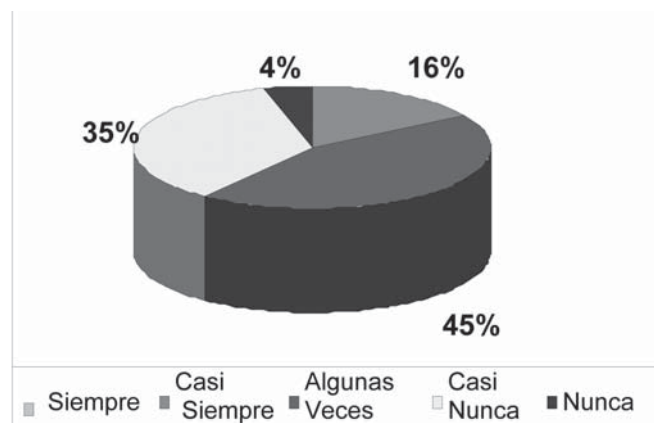
Fuente: Elaboración propia, 2010.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el ítem 11, correspondiente a la efectividad del marco jurídico venezolano para proteger a los usuarios de la red de delitos electrónicos, la opinión de los docentes pone en tela de juicio la idoneidad del marco legal venezolano para combatir los delitos informáticos, ya que el 45% de las opiniones se inclinaron por la alternativa algunas veces; 35% por casi nunca; 16% por casi siempre

y 4% por nunca; mientras la alternativa siempre no obtuvo porcentaje alguno. Lo cual ratifica la necesidad imperante de dar a conocer el marco normativo que regula la materia, objeto de estudio.

En este particular, es importante recordar que la incorporación de las TIC en el ordenamiento jurídico venezolano, no solo es un gran acierto, sino significa la apertura a una posibilidad de importancia determinante para realizar transacciones comerciales de manera rápida y eficaz.

Gráfico 11. Porcentaje de docentes que consideran que en Venezuela existe un marco jurídico efectivo contra el delito electrónico.



Fuente: Elaboración propia, 2010.

10. Conclusiones

Luego de aplicado el cuestionario como el instrumento utilizado para recolectar los datos pertinentes sobre las variables involucradas en esta investigación y después de analizados y procesados estadísticamente, derivaron los resultados que conducen a formular conclusiones que permiten ilustrar los niveles de afianzamiento en relación al uso del comercio electrónico por la comunidad universitaria; concretamente los docentes del núcleo de la Universidad de Los Andes ubicado en la ciudad de Mérida. Los datos obtenidos son confiables y válidos, pues se derivan de las consultas a una cantidad considerable de docentes, que laboran en las diferentes facultades.

Se detectó que los docentes en su mayoría han hecho uso del comercio electrónico, aun cuando reconocen que no realizan transacciones de manera asidua. Otro aspecto a destacar es el referente a la opinión de éstos con respecto a las ofertas hechas a través de la red, las cuales sólo medianamente cubren las expectativas de los usuarios. Aunado a ello, las causas preponderantes, que contribuyen a que el afianzamiento no sea mayor son, sin duda, la desconfianza que se evidenció en los docentes consultados en relación a la red como medio de pago y a la duda latente sobre la identidad de las contrapartes en la relación comercial.

Con respecto a la calidad del servicio que se ofrece por la modalidad de comercio electrónico la percepción de los docentes es regular, incidiendo en el hecho que los docentes, aún contando con una plataforma tecnológica aceptable, no están dispuestos a cambiar, al menos de manera inmediata, los patrones de realizar las transacciones comerciales, por lo que se deduce que este cambio puede darse de manera progresiva.

En relación al marco jurídico venezolano que rige el uso del comercio electrónico, el conocimiento que tienen los docentes del mismo es bajo, evidenciando la necesidad de actualizar a los docentes sobre los aspectos jurídicos que regulan esta nueva forma de realizar las transacciones comerciales y generar confianza en este tipo de actividad comercial que cada día cobra más importancia y adeptos en una sociedad globalizada.

Los profesores de la Universidad de Los Andes cumplen con un importante rol en la economía nacional que, obviamente, aportará grandes beneficios si los mismos logran fortalecer el sector académico y de investigación, estableciendo alianzas con el sector público y privado; así como lo establece el Plan Nacional de Telecomunicaciones. En el que se contempla la responsabilidad con el Ministerio de Ciencia y Tecnología, en relación a las tecnologías de información en lo que se refiere a tomar decisiones que promuevan el fortalecimiento del sector, a fin de convertir a Venezuela en un país activo dentro de una sociedad del conocimiento, que sea capaz de generar y compartir información, orientado a consolidar una sociedad de conocimientos provista de una tecnoestructura que apoye el desarrollo de contenidos, servicios y mercado de las telecomunicaciones.

11. Referencias bibliográficas

AGÜERO, Amaury (2007). **El comercio electrónico, los delitos informáticos y su legislación en Venezuela (2001-2006)**. Trabajo de Grado. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Mérida: Universidad de Los Andes.

BUITRAGO, Elcide (2008). **Posibilidad Jurídica del Voto Electrónico en las Asambleas de Accionistas en Venezuela**. Trabajo de Grado. Especialización Derecho Mercantil. Mérida: Universidad de Los Andes.

Castañeda, De La Torre, Morán y Lara (2002). **Metodología de la Investigación**. México: McGraw-Hill

Chávez Nilda (1994). **Introducción a la Investigación Educativa**. Maracaibo: Artes Gráficas.

Código Orgánico Tributario. Gaceta Oficial N° 37.305 de fecha 17 de octubre de 2001.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial N° 5.453 Extraordinario del 24 de marzo de 2000.

Decreto con rango, valor y fuerza de Ley Orgánica de la Administración Pública. Gaceta Oficial N° 5.890, extraordinaria, de fecha 31 de julio de 2008.

Decreto con Rango y Fuerza de Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas. Decreto N° 1.204 de fecha 10 de febrero de 2001. Gaceta Oficial N° 37.148 del 28 de febrero de 2001.

Decreto 825 sobre Internet como prioridad. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 36.955 del 22 de Mayo de 2000

FIDIAS, Arias (2006). **El proyecto de investigación. Introducción a la Metodología Científica**. Quinta Edición. Caracas: Episteme.

GUNTER, B (2002). **Investigación online versus offline: implicaciones para la evaluación de los medios digitales**. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.websm.org> [Consulta: 2010, agosto 16].

HURTADO, Jacqueline (1998). **Metodología de la Investigación Holística**. Caracas: Panapo. Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social.

Informe del Foro sobre Comercio Electrónico (2008). Cámara Venezolana del Comercio Electrónico.[Documento en línea] Disponible en: www.cavecom-e.org.ve[Consulta: 2009, mayo 13].

JAIMES, Jorge (2008). **Comercio electrónico: nuevo blanco de amenazas y delitos**. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.geocities.ws> [Consulta: 2011, febrero 16].

Ley de Reforma Parcial de la Ley de Contrataciones Públicas. Gaceta Oficial N° 39.503 de fecha 06 de septiembre de 2010.

Ley de Reforma Parcial de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones. Gaceta Oficial N° 5.015 del 28 de diciembre de 2010.

Ley de Registro Público y del Notariado. Gaceta Oficial N° 5.833 Extraordinaria del 22 de diciembre de 2006.

Ley Especial sobre Delitos Informáticos. Gaceta Oficial N° 37.313 del 30 de octubre de 2001.

Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación. Gaceta Oficial N° 39.575 del 16 de diciembre de 2010.