

Aplicaciones de ventas a plazos en Venezuela

Luis Ernesto Fidhel Gonzales*

RVDM, nro. XV, 2025, pp. 313-359

Resumen: Las aplicaciones informáticas como medio masivo de ventas constituyen una herramienta imprescindible para dinamizar el intercambio comercial como las necesidades de financiamiento para los compradores. La concepción tradicional sobre el contrato de compraventa resulta modificada por la intervención de las innovaciones tecnológicas. La noción de consumidor es novedosa en estos contratos. Se analiza los contratos de aplicaciones informáticas de venta a plazo en Venezuela para estudio de las relaciones jurídicas entre los suscriptores.

Palabras clave: Compraventa, precio, financiamiento.

Digital installment sales platforms in Venezuela.

Abstract: Computer applications as mass sales medium are an essential tool for boosting commercial exchange and meeting buyers' financing needs. The traditional concept of the purchase-sale contract has been modified by technological innovations. The notion of consumer is new in these contracts. Contracts for computer applications for installment sales in Venezuela are analyzed to study the legal relationships between subscribers.

Keywords: Purchase and sale, price, financing.

Recibido: 25/11/2025
Aprobado: 28/11/2025

* Licenciado en Estudios Internacionales, Universidad Central de Venezuela. Abogado, Universidad Católica Andrés Bello. Especialista en Derecho Mercantil, Universidad Central de Venezuela. Especialidad en Derecho Procesal, Universidad Central de Venezuela. Diplomado en Componente Docente, Universidad Fermín Toro. Especialidad en Criminalística de Campo, Escuela Nacional del Ministerio Público (en curso). Libre ejercicio de la profesión, abogado litigante, productor audiovisual de noticias internacionales. E-mail: lefg1968@gmail.com

Aplicaciones de ventas a plazos en Venezuela

Luis Ernesto Fidhel Gonzales*

RVDM, nro. XV, 2025, pp. 313-359

SUMARIO:

INTRODUCCIÓN. *Parte I. Nociones elementales: 1. Compraventa. 2. Venta a plazo. 3. Buy Now Pay Later. 4. Crédito. 5. Financiamiento al consumidor. 6. Crédito comercial. 7. Financiamiento por el vendedor (seller financing) 8.- Financiamiento bancario. 9. Merchant Discount Rate. 10. Venta a crédito. 11. Scala pay: préstamos sin intereses 12. Pago en cuotas-al contado. 13. Corretaje comercial. 14. Software de compras. 15. Fitech. 16. Marketing digital. 17. Plataforma de intermediación. 18. Cuenta multimonedera. 19. Comercio electrónico en cuotas. Parte II: Experiencia venezolana. 1. Entorno. 2. Surgimiento. 3. “La Aplicación”. 4. Garantía. 5. Cesión de crédito comercial. 6. Factoring. 7. Certificado de Financiamiento Bursátil.* CONCLUSIÓN. BIBLIOGRAFÍA.

INTRODUCCIÓN

Se parte del hecho que la mayor parte de las transacciones comerciales realizadas en el mercado nacional e internacional particularmente las compra-ventas son a plazos o pagos diferidos con o sin financiamiento; al contrario que se pueda pensar que se realizan al contado. Surge la necesidad del consumidor de contar con **éstos** para proveerse de bienes y servicios ofertados al no tener liquidez para disfrutar o hacer uso de nuevas adquisiciones.

Se originan posibles alternativas de compra-venta de pago no al contado que convergen con el sector bancario que es el tradicional e histórico de proporcionar financiamientos suponiendo cierta competencia entre ambos. Los consumidores en su mayoría en Venezuela tienen acceso a un dispositivo tecnológico móvil que lo incorpora al comercio digital, consecuentemente a las plataformas o aplicaciones que proporcionan alternativas de facilidades de pago. No se puede ignorar la necesidad del comerciante de ofertar y efectivamente vender productos y servicios no solamente en relación a la

* Licenciado en Estudios Internacionales, Universidad Central de Venezuela. Abogado, Universidad Católica Andrés Bello. Especialista en Derecho Mercantil, Universidad Central de Venezuela. Especialidad en Derecho Procesal, Universidad Central de Venezuela. Diplomado en Componente Docente, Universidad Fermín Toro. Especialidad en Criminalística de Campo, Escuela Nacional del Ministerio Público (en curso). Libre ejercicio de la profesión, abogado litigante, productor audiovisual de noticias internacionales. E-mail: lefg1968@gmail.com

obtención del lucro o ganancia considerada la finalidad del comercio, sino por aspectos operativos como aminorar los costos del inventario de la mercancía no adquirida o servicios no prestados.

En base a la transacción fundamental en el comercio que es la compra-venta de bienes y servicios destinados a un consumidor, la presente tesis tiene por finalidad la revisión de los conceptos fundamentales tratando de actualizarlos con respecto al surgimiento de servicios informáticos sobre pagos o cancelación de obligaciones que buscarían auspiciar la demanda ofreciendo facilidades de pago.

Se realiza el estudio sobre las obligaciones contractuales sobre el servicio de promoción de ventas a plazos en Venezuela en consideración a una recopilación de los contratos suscritos por las aplicaciones, comercios afiliados y usuarios para resaltar los aspectos coincidentes de este tipo de relación comercial.

No se deja de advertir que la sobreabundancia de estos medios de pagos alternativos podría crear una demanda excesiva e irresponsable de los consumidores que generaría una posible insolvencia y cesación de pagos de deudas asumidas a través de estos medios. Al contrario del sector bancario cuya actividad se encuentra regulado legalmente y supervisada por el estado venezolano; no ocurre todavía así con estas alternativas de pago. Si bien, en una primera impresión podrían estimular la demanda que se considera positivo para el comercio; a largo plazo podrían causar la insolvencia de los consumidores que repercutiría en los comerciantes. Resaltamos que en este tipo de transacciones la finalidad es el consumidor privando los criterios del nuevo “Derecho del Consumidor” modificando los parámetros de la compraventa tradicional.

Parte I: Nociones elementales

1. Compraventa

La compra-venta es un contrato que el vendedor se obliga a transferir y garantizar la propiedad u otro derecho al comprador o adquiriente; éste a pagar un precio en dinero a cambio de una cosa determinada. Constituye un contrato consensual perfeccionado con la simple unión o coincidencia del consentimiento de las partes sobre el objeto o derecho a transferir y el precio.

1.1. Precio

El pago o cancelación del precio tiene un efecto extintivo siendo la consecución de la concreta realización de la conducta debida o ejecución de la obligación exigida al comprador. Es el monto del pago para cumplimiento por el comprador de una obligación pecuniaria o dinero en moneda de curso legal con reconocida capacidad liberatoria de obligaciones. Necesariamente debe consistir en dinero —lo contrario

sería trueque— siendo el correlativo que el comprador se obliga a pagar. Al respecto el dinero no es más ni menos lo que se da o recibe generalmente por la compra o la venta de artículos, servicios u otras cosas¹.

Por lo general el precio se determina de común acuerdo con los contratantes pero podría dejarse su cotización al arbitrio de una persona determinada establecida en el contrato o después de celebrado; también puede hacerse la venta al precio corriente recurriendo a los listines de cotización de la bolsa o de precios de mercado del lugar o día en que deba efectuarse². Es nominal cuando la cantidad de dinero que constituye el objeto de la obligación del comprador no solo está en *in obligatione* sino esta *in solutione* o sea el deudor se libera con la cancelación de la cifra del monto establecido previamente en el contrato. En el caso del valorismo el objeto del precio es un determinado valor y la obligación se ejecuta mediante la entrega al acreedor de monedas de curso legal que corresponda a tal valor al momento del pago³.

También el vendedor debe conocer la estructura de costos con la finalidad de fijar de forma adecuada y en consideración con el comportamiento del mercado su precio máximo de venta al público. Particularmente se refiere a la determinación de los diferentes gastos que tiene un proveedor con la finalidad de proporcionar un bien o servicio para tomar decisiones sobre precios, presupuestos y planificación financiera. Permite determinar el precio mínimo al que puede vender los productos o servicios sin incurrir en pérdidas. Al analizar sus costos fijos y costos variables puede calcular el punto de equilibrio y determinar la estrategia de precios que garantizará la rentabilidad; por lo menos para cubrir todos los gastos.

1.2. Compraventa mercantil

La compra-venta mercantil se enfoca dentro de la noción de acto objetivo de comercio en que la adquisición de bienes o prestación de servicios se caracteriza por su finalidad lucrativa: el propósito del bien adquirido es su reventa sea en la misma forma o transformada o la prestación del servicio obedece a una fase intermedia del proceso de comercialización siempre buscando un beneficio económico. Constituye una intermediación en el cambio porque el comprador adquiere para revender o el vendedor transfiere una cosa que a su vez fue comprada para revenderla. También se distingue

¹ Galbraith, John Kenneth. “El dinero”. Barcelona-España. Ediciones Orbis. 1983 pp- 9-15.

² Vivante, Cesar. “Derecho Mercantil”. México. Tribunal Superior de Justicia del Distrito Federal. Dirección de Análisis de Jurisprudencia y Boletín General. 2002- pp 236-249.

³ Aguilar Gorrondona, José Luis. “Contratos y Garantías (Derecho Civil IV). Caracas. Universidad Católica Andrés Bello. 1992- pp. 142-149.

Melich Orsini, José. “El pago”. 2º edición actualizada y ampliada. Serie Estudios N° 86. Caracas. Academia de Ciencias Políticas y Sociales.2010. pp. 42-75.

cuando una de las partes es comerciante; salvo que el contrato mismo haya excluido su comercialidad⁴.

1.3. Compraventa al consumo

El consumo es el acto jurídico que permite obtener un bien o servicio para satisfacer una necesidad personal o familiar. La nota resaltante de la noción de consumidor es de alguien que adquiere de un proveedor un bien o servicio para el uso privado, personal, familiar o doméstico a cambio de un precio o contraprestación. Los proveedores serán las personas naturales o jurídicas de carácter público o privado que desarrollan actividades de producción, importación, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores o usuarios⁵.

Es un concepto moderno que establece que el consumidor y usuario es una de las partes contratantes que actúa en calidad de comprador y precisa de la relación contractual de compraventa para acceder a la adquisición de bienes y servicios de consumo para disfrutarlos bajo propiedad o apropiación a cambio de un precio. En este sentido, se consideran a las personas físicas particularmente que actúan en el mercado y adquieren bienes y servicios con un propósito ajeno a la actividad comercial para consumo privado y satisfacción de sus propias necesidades. La noción de destinación final, en particular, la finalidad o del acto de consumo resulta elemento distintivo. Este contrato celebrado entre un consumidor y un proveedor tiene por objeto la adquisición de cosas o servicios para el uso privado, familiar o social del adquirente a cambio del precio.

La legislación venezolana como otras discrimina los conceptos de consumidor y usuario. Ambos están referidos a toda persona destinataria final del proceso productivo y comercial. El consumidor adquiere, utiliza o disfruta de bienes de cualquier naturaleza; el usuario los servicios. Estos conceptos no dependen de la condición jurídica de la compraventa particularmente vinculada con el vendedor o proveedor que la define como de carácter civil o mercantil.

Los contratos de venta al consumo se caracterizan porque los bienes ofertados por lo habitual resultan genéricos, masivo, fungibles y necesarios para la cotidianidad del ser humano común; se rigen por el denominado derecho del consumidor: conjunto de disposiciones jurídicas que regula las relaciones que se establecen en el mercado, teniendo como característica principal la presencia activa del consumidor.

⁴ Ascarelli, Tilio. "Derecho Mercantil". Biblioteca Jurídica. México DF. Distribuidora Porrúa Hnos y Cia. 1940- pp. 244-267.

⁵ Morlés Hernández, Alfredo. "Curso de Derecho Mercantil". Caracas- Universidad Católica Andrés Bello. 1998- pp. 178-195.

1.4. Factura

Es un documento mercantil que registra una venta o prestación de un servicio que se ha realizado de forma legal y satisfactoria entre dos partes; emitida desde la perspectiva del vendedor que se entrega al comprador. Incluye información necesaria para individualizar los productos y condiciones de ejecución del contrato de compra-venta proporcionando una lista detallada de lo entregado, cantidad, precio acordado e importe total a pagar. A la vez, es un medio de prueba que demuestra el pago por el comprador del precio en dinero al vendedor cuando se estampa la respectiva nota de cancelación.

Desde el punto de vista tributario la factura fiscal documenta y certifica la entrega de bienes o prestación de servicios especificándose los montos adeudados siendo el principal soporte y registro de la transacción. Esencial para los proveedores de bienes y servicios como consumidores porque cumple con los requisitos establecidos por la ley para la declaración y pago de impuestos justificando la operación comercial con implicaciones fiscales al permitir calcular y cumplir con la normativa tributaria.

El artículo 147, del Código de Comercio venezolano regula el derecho del comprador de exigir al vendedor la formación, firma y entrega de la factura de las mercancías vendidas y coloque al pie el recibido del precio o la parte que se le hubiera entregado. Siendo un medio de prueba de la obligación mercantil y su liberación si estas han sido aceptadas y canceladas por quien pueda obligar. No reclamando el comprador contra el contenido de la factura dentro de los ocho (08) días siguientes a su entrega se tendrá por aceptada irrevocablemente⁶.

La jurisprudencia ha señalado en el *sistema mercantil venezolano* la finalidad natural de la factura es acreditar (valor probatorio) la existencia de un contrato concluido entre el comerciante emitente de la factura y el que la recibe. Prueba el contrato como las condiciones y términos consignados en el texto. *La aceptación es el acto que el comprador asume las obligaciones expresadas particularmente el pago del precio convenido según las modalidades establecidas no pudiéndose estimarse como un mero recibo de las mercancías sino como la prueba de las obligaciones contraídas. Emaná directamente del vendedor, la fuerza probatoria está totalmente condicionada a la aceptación por el comprador.*

El Código de Comercio en el artículo 124 establece la naturaleza probatoria de la factura comercial al precisar que las obligaciones mercantiles y su liberación se

⁶ Goldschmidt, Roberto. "Curso de Derecho Mercantil". Caracas. Ediar Venezolana SRL. 1979- pp 188. Garay, Juan. "Código de Comercio". Caracas. Librería CIAFRE, 199- 40-41.

prueban con la aceptación de su contenido por el destinatario o comprador a través de su firma; siendo la nota descriptiva de los productos suministrados por el vendedor al comprador con la indicación detallada de éstos en cuanto a especie y constancia de entrega de la mercancía.

La aceptación de la factura puede producirse de manera expresa o tácita. En el primer caso, resulta cuando la persona autorizada para obligar a la compradora la suscribe con su firma estampada en el mismo ejemplar original o duplicado. En el segundo, cuando con posterioridad a su entrega por el vendedor al comprador no haga reparos ni observaciones sobre el contenido en el lapso establecido por ley o realice actos concluyentes como el retiro de la mercancía después de recibirla, depósito en los almacenes del destinatario o reventa de productos descritos debiéndose demostrar la entrega de la factura al deudor, o de alguna forma cierta la recibió. *Se ha señalado que la demostración del recibo de la factura por el comprador aun cuando no fue firmada por persona capaz de obligarlo puede conducir al establecimiento de su aceptación tácita cuando no se reclamó sobre su contenido dentro del lapso que establece el artículo 147 del Código de Comercio*⁷.

Entre las acciones que se puede exigir en base a la factura se destaca:

- 1) Comprador: Exigir cualquier reclamación o devolución
- 2) Vendedor: justifica si no se le ha realizado el pago que le corresponde.

1.4.1. Proceso de facturación

Se refiere a todos los actos relacionados con la elaboración, registro, envío y cobro de las facturas; consiste en emitir y registrar documentos que acreditan las ventas de bienes o prestación de servicios a los compradores. Se destaca la facturación electrónica realizada mediante el uso de aplicaciones o plataformas en línea especializadas que permiten emitir, enviar y almacenar las facturas digitalmente destacando la capacidad para agilizar y automatizar el proceso de facturación y facilitar el cumplimiento fiscal.

⁷ Sala de Casación Civil. Sentencia N° 745. Fecha: 28-11-2012. (caso: Venta, Alquiler, Servicios y repuestos de Maquinaria Pesada, C.A. (VASE, CA) contra Reparaciones Eléctricas, Mecánicas, Industriales, Navales, C.A. (REMICA). Ponente: Yris Armenia Peña Espinoza.

Sala Político Administrativa. Sentencia N° 0067. Fecha: 04-13-2020. (caso: Taller Pinto Center, C.A. interpone demanda por cobro de bolívares con solicitud de medida cautelar de embargo preventivo contra la Compañía Anónima Electricidad del Centro (ELECENTRO)). Ponente: María Carolina Ameliach Villarroel.

Sala Constitucional. *Sentencia Nro. 830. 11-05-2005, caso: Constructora Camsa C.A., ratificada a través de la decisión Nro. 537. 08.04. 2008, caso: Taller Pinto Center*

Sala de Casación Civil. Sentencia RC 313. Fecha: 27-04-2004. (caso: Un Trock Constructora C.A.) Ponente: Franklin Arrieche.

Sala de Casación Civil. Sentencia RC 03-068. Fecha: 24-05-2004. (caso: Bazar El Caminante, C.A., contra Maquintex Import, c.a.) Ponente: Antonio Ramírez Jiménez.

Por lo general se ha discriminado administrativamente y contablemente los siguientes conceptos.

Factura: documento que respalda la venta y detalla el costo, las unidades, el impuesto y otros aspectos de la transacción.

Recibo: constancia que se ha realizado un pago a un comprador.

Comprobante de pago: documento que evidencia de una transacción entre dos partes. Incluye información crucial: fecha de la transacción, monto pagado, método de pago utilizado y detalles del pagador y receptor. Justificativo de un pago o cobro de la operación; su función es proporcionar la prueba que se ha realizado y supuso un flujo monetario.

1.5. Contrato de adhesión

Contrato de aceptación obligatoria en el caso de las compras-ventas al consumo; siendo un acuerdo legalmente vinculante donde una parte establece los términos y condiciones, y la otra debe aceptarlo o rechazarlo en su totalidad. La que presenta e impone el contrato tiene un poder mayor dejando poco o ningún margen para la negociación. La adherida prácticamente se enfrenta a una propuesta de aceptación obligatoria significando que no puede modificar los términos del acuerdo. Siendo una de sus principales ventajas agilizar los procesos y garantizar la coherencia para un gran número de transacciones debido a la estandarización de los términos y condiciones permitiendo ahorrar tiempo y recursos de otro modo se destinarián a negociar acuerdos individuales. Permite a los proveedores presentar un conjunto uniforme de condiciones a todos sus consumidores contribuyendo a mantener la coherencia en la calidad de los productos o servicios ofrecidos porque todos los consumidores estarían sujetos a los mismos términos y condiciones.

2. Venta a plazo

El comprador hace un pago inicial sobre el precio de compra, y luego cubre el resto en cuotas periódicas (semanal -mensual). También se denominan ventas fraccionadas. En principio y por lo general este tipo de negocio se estipula que el título de propiedad de la mercancía vendida permanecerá en dominio del vendedor o de quien financie la venta hasta el momento de realizar el último pago; si las cuotas no son cubiertas el vendedor que tiene el título queda facultado para recuperar la mercancía. Se efectúan mediante la cancelación de una cuota inicial más una serie de cuotas periódicas de igual valor con el mismo intervalo de tiempo. En este tipo de compraventa el vendedor entrega la propiedad, y el comprador se obliga a realizar pagos fraccionados denominados plazos, cuotas o letras de forma total o parcialmente aplazada. El com-

prador le cancela al vendedor que en principio sería el propietario de las cuotas periódicas hasta que se satisfaga la totalidad de la deuda.

2.1. Aspecto contable

Las cuotas mientras no se hayan cancelado y todavía no sean exigibles se consideran cuentas por cobrar de una misma acreencia representando un tipo de activo intangible; un contrato que provee unos derechos que van a materializarse en el futuro en activos monetarios u otros tipos de activos tangibles. Representa dinero o fondos que los compradores deben cancelar al proveedor por ventas realizadas a plazos siendo clasificados por activos corrientes en el balance general. El concepto de futuro está mediado por un sacrificio presente y expectativa eventual de recuperación sujeta a un beneficio. Las situaciones se esperan que se den el tiempo no siendo totalmente seguras sino contingentes —pueden suceder o no— incluyendo un nivel de incertidumbre. El valor del monto de la deuda en el tiempo puede ser fraccionado —años, semestres, meses y días— estimando un costo en cada período⁸.

2.2. Riesgo

El riesgo más evidente en las ventas a plazos es el incumplimiento de pago por los clientes que puede ser especialmente problemático si el vendedor depende en gran medida de éstas; para mitigarlo es necesario realizar una evaluación rigurosa de la capacidad crediticia del comprador antes de aprobarla. Implica realizar análisis crediticios, verificar el historial de pagos y establecer límites de crédito adecuados.

Las condiciones económicas pueden cambiar rápidamente afectando la capacidad de los clientes para cumplir con los pagos acordados. La recesión económica como un aumento en las tasas de interés pueden generar dificultades financieras para los compradores y aumentar el riesgo de impago. Los proveedores deben monitorear de cerca los indicadores económicos y evaluar regularmente la capacidad de sus clientes para cumplir con los pagos. Es importante diversificar la base de clientes y no depender excesivamente de un grupo reducido de compradores.

Las ventas a plazos pueden afectar el flujo de efectivo del acreedor debido que los pagos se reciben de manera escalonada en el tiempo pudiendo generar dificultades en la gestión de los recursos financieros y cubrir los gastos operativos o inversiones. Una forma de mitigar este riesgo es establecer políticas de cobro claras y efectivas que

⁸ Helmer Campaz Ordoñez, Rincón Soto y Solano. “Tratamiento contable de la cartera bajo aplicación NIIF del software contable: un estudio descriptivo en la ciudad de Cali, Colombia”. Criterio Libre N.º 31. Universidad Libre Bogotá (Colombia). Junio-diciembre. 2019

incluyan penalidades por pagos atrasados. Asimismo, las empresas pueden explorar opciones de financiamiento externo para cubrir cualquier brecha en el flujo de efectivo causada por las ventas a plazos.

Los riesgos asociados con las ventas a plazo también incluyen posibles cambios en las condiciones del mercado y competencia. Para mitigar este riesgo, el comerciante debe estar atento a las tendencias del mercado y realizar análisis sobre la competencia. Además, debe mantener una propuesta de valor sólida y diferenciada brindando a los clientes una razón convincente a pesar de las opciones de financiamiento alternativas.

Los vendedores en este tipo de venta deben establecer el denominado apetito de riesgo que influirá de forma decisiva en la consecución de los objetivos definidos por la empresa; se concreta como la cantidad y el tipo de riesgo que se está dispuesta a aceptar o asumir. Lo ideal sería no asumir ningún tipo de riesgo; se mantiene que esta posición va en contra de la eficacia de las operaciones o negocio de la empresa. Esta medición es necesaria para validar la efectividad de los resultados, conocer con mayor precisión el alcance de los objetivos propuestos, analizar comportamientos y tendencias e identificar desviaciones.

3. Buy now pay later (BNPL)

El BNPL es un sistema de pago que permite a los consumidores hacer compras y pagar en plazos generalmente sin intereses si se cumplen con éstos. Permite al consumidor adquirir productos sin pagar de antemano. El consumidor fracciona los pagos para que le resulte mucho más cómodo cancelarlos en un periodo de tiempo convenido sin el ajuste mensual que implican los intereses que sería el monto extra. El precio total del producto se divide en partes iguales y distribuye en cuotas periódicas sin un ajuste por intereses en virtud que no se consideran un préstamo o crédito valiendo lo mismo sin importar el tiempo ni inflación implicando que el cliente paga exactamente el mismo precio total que pagaría si comprara el producto o servicio al contado.

3.1. Experiencia

Habría causado polémica que el modelo “compra ahora y paga después” sobre la aseveración que las empresas prestadoras del servicio como Afterpay, Klarna y Affirm sostienen que es financieramente inclusivo para las personas que no pueden acceder a las formas tradicionales de crédito. Pero los defensores de los consumidores argumentan que el modelo está poco regulado y plantea riesgos para los clientes; siendo en realidad una forma de que los consumidores, sin saberlo, acumulen muchas deudas en poco tiempo. Si el sector seguía creciendo podría poner a una generación de jóvenes estadounidenses en una trampa de endeudamiento.

Los consumidores interpretaban que los pagos fraccionados son más asequibles en consecuencia, tienden a comprar con más frecuencia. La asequibilidad prometida por los servicios de BNPL es ilusoria; pues estaría costando a los consumidores mucho más dinero del que probablemente les costaría si solo utilizaran la tarjeta de crédito. Si bien los servicios de BNPL no suelen cobrar intereses; cobran comisiones u otras penalizaciones cuando los usuarios incumplen un pago⁹.

4. Crédito

Es poner a disposición de una persona un límite máximo de una cantidad de dinero, para utilizar o disponer en función de sus necesidades sea de toda la cantidad prestada, de una parte, o nada. Entre las características destaca: 1) Solo se pagan intereses por la cantidad utilizada, aunque puede haber una comisión mínima sobre el saldo no dispuesto. 2) A medida que se devuelve el dinero se podrá seguir disponiendo de más, siempre que no se supere el límite fijado. 3) Por lo general, a diferencia del préstamo, el crédito se renueva cada año para seguir permitiendo que el cliente use esa línea de financiación cuando lo necesite. En términos prácticos la cantidad adeudada es un crédito para el prestamista que tiene un derecho frente al prestatario, mientras que, para este último representa una deuda. Se convierte en una acreencia cuando la factura emitida aún no ha sido pagada. Por tanto, los créditos a clientes se registran como activos en el balance porque son un recurso. Las deudas en cambio se contabilizan en el pasivo del balance.

5. Financiamiento al consumidor.

Se parte del hecho que la financiación a los consumidores resulta imprescindible para el impulso de las ventas de cualquier negocio; consistiría en ofrecer diferentes métodos de pago que permitirían adquirir productos o servicios a plazos. Es un servicio o programa que ofrece un comercio para ayudar al cliente a realizar pagos a lo largo del tiempo por bienes, servicios o productos. Para los consumidores poder acceder a fórmulas de financiación puede suponer la diferencia entre adquirir un producto en uno u otro establecimiento. La financiación generalmente requiere completar una solicitud y realizar una verificación de crédito para determinar el riesgo crediticio general del cliente.

Sin bien se podría impulsar las ventas y consolidar las relaciones con los clientes sería necesario comprender y contabilizar los costos asociados a la concesión y devolución del préstamo que deben ser pagados por el prestatario: financiamiento, oportunidad

⁹ Teddy Ostrow. ¿Es el “compra ahora, paga después” una trampa para jóvenes? DW. Economía.18.08.2022.

dad, personal, administrativos y asociados con los pagos atrasados o incumplimientos. Se establece una serie de beneficios para el comercio que oferta el producto o servicio como para el adquirente de éstos.

Comerciante:

1. Aumento de las ventas: Los comercios pueden llegar a un público más amplio, que incluiría los clientes que no podrían realizar una compra pagándola al contado.
2. Mayor fidelización: Las personas que optan por financiar sus compras suelen tener una mayor lealtad hacia el comercio porque valoran positivamente las facilidades de pago ofrecidas.
3. Mejora del flujo de caja: las principales opciones de financiación implican trabajar con financieras que pagan al consumidor el importe íntegro de la venta, mientras que al vendedor le cancelan en varias cuotas.
4. Diferenciación de la competencia: ofrecer facilidades de pago atractivas es clave para diferenciar un comercio de la competencia y ganar cuota de mercado.

Consumidor:

1. Mayor accesibilidad a artículos de elevado valor: la financiación permite adquirir productos o servicios que de otra manera no podrían pagar al contado.
2. Flexibilidad en los pagos: Se refiere a los planes de cuotas que se ajusten a su presupuesto y necesidades del cliente.
3. Mejores condiciones financieras: financiarse directamente con el establecimiento comercial podría suponer pagar tipos de interés más bajos, pagar sin intereses o ahorrarse comisiones de apertura y estudio de los créditos.

6. Crédito comercial

El crédito comercial o empresarial permite recibir bienes y servicios para desarrollo de una actividad comercial o productiva a cambio de la promesa de pagar al proveedor dentro de un tiempo determinado. Es un acuerdo financiero entre empresas que permite adquirir productos o servicios sin realizar un pago inmediato al momento de la transacción, con la promesa de pagar en una fecha futura acordada. No requiere la intervención de instituciones bancarias, porque se establece directamente entre el proveedor y el comprador. En principio es una fuente de financiación mucho más accesible para muchas empresas especialmente para pequeñas y medianas (PYMES).

Es un tipo de financiamiento que las empresas pueden utilizar para cubrir necesidades de capital a corto plazo. Están diseñados específicamente para satisfacer las demandas financieras de un negocio: compra de inventario, pago de proveedores, expansión de operaciones o incluso inversión en nuevas oportunidades de negocio.

Otorgar un crédito comercial implica inconvenientes particularmente se corre el riesgo que los clientes no paguen a tiempo y conforme a los términos acordados. Después, se encuentran en la posición de cobrar las deudas lo que impacta en su flujo de efectivo mensual. Un comerciante podrá comprar un seguro para un crédito comercial con el objetivo de resguardarse contra este tipo de riesgo. Así como, los clientes no deben sobreestimar su capacidad para pagar resulta importante que los acreedores gestionen razonablemente sus pérdidas potenciales.

6.1. Gestión del crédito

Las comerciantes que otorgan crédito emplean a gestores de crédito siendo responsables de evaluar la solvencia nuevos y recurrentes solicitantes; supervisar las cuentas por cobrar y gestionar el riesgo crediticio de todas sus cuentas teniendo una política de crédito que define sus términos. Esta referido al conjunto de procesos y estrategias que permiten a los financieros administrar el crédito otorgado a sus clientes, minimizando riesgos y garantizando el cumplimiento de pagos tomando en cuenta actividades como la evaluación inicial de cada solicitante y monitoreo continuo de su comportamiento financiero. Es un proceso estructurado para evaluar el riesgo financiero y garantizar que se cumplan con los pagos; entre los distintos aspectos destacan: evaluación de riesgos crediticios, administrar carteras y asesoramiento financiero. En algunos casos se hacen responsables de ejecutar las estrategias de cobranza si los clientes no pagan a tiempo.

7.- Financiamiento por el vendedor (seller financing)

Una de las opciones para las ventas en la actividad comercial es el financiamiento de la compra-venta por el mismo dueño de la mercancía ofertada; siendo una estrategia alternativa donde el vendedor proporciona directamente al comprador en lugar de una entidad financiera. Según los entendidos en esta materia — particularmente de marketing — amplia el universo de posibles compradores potenciales para determinados productos facilitando una transacción “más suave” en el sentido que podría negociar términos favorables: tasas de interés competitivas, plazos flexibles y estructura de pago adaptada a las necesidades del vendedor o comprador. En lugar de un préstamo convencional, el vendedor proporciona crédito para cubrir el precio de compra menos un pago inicial. El comprador realiza pagos periódicos hasta saldar la deuda y cualquier cargo adicional.

El comprador realiza un pago inicial al vendedor seguido de cuotas a intervalos acordados durante un plazo y un tipo de interés hasta cancelar el préstamo. El vendedor actúa como financista gestionando el préstamo de común acuerdo con el comprador; se ha concluido entre las ventajas se distinguen: Acceso simplificado al financiamiento, flexibilidad en los términos, proceso de aprobación más rápido.

8. Financiamiento bancario

El financiamiento que otorga la institución financiera resulta en acreedor de la persona que recibe el préstamo pudiéndolo éste utilizarlo para la cancelación de cualquier consumo. El pago o contraprestación por el otorgamiento del financiamiento se denomina tasa de interés. Es una actividad comercial de intermediación porque los financiamientos en principio se realizan en base a los depósitos captados del público.

La tasa de interés es un porcentaje extra aplicado sobre un monto de dinero y representa el costo por pedir un préstamo o la ganancia por invertir o prestar dinero en un período determinado. Es básicamente lo que cuesta obtener dinero prestado o la ganancia al prestarlo en una entidad financiera. Es la exposición del dinero en el tiempo, siendo la diferencia entre una cantidad inicial y la cantidad final. Si ésta es nula, no hay interés. Destaca entre las clases de financiamientos:

8.1. Crédito al consumo

Tipo de préstamo personal que la entidad financiera entrega una cantidad de dinero al prestatario comprometiéndose a devolverlo junto a unos intereses acordados de antemano en un plazo determinado permitiendo a quien lo solicita lograr la financiación que necesita para acometer un gasto importante. Son otorgados al consumidor que desde un punto de vista resulta restrictivo a toda persona física que accede a éstos con una finalidad distinta de la actividad comercial o profesional que desarolla. Cuando se aprueba un préstamo a plazo normalmente se recibe una suma global de dinero que se debe reembolsar con el tiempo mediante pagos programados de forma regular durante el transcurso de meses o años. Cada pago a plazos consta de dos partes: 1) el reembolso del monto que se solicitó prestado o capital del préstamo. 2) el interés sobre el dinero que solicitó prestado.

8.2. Línea de crédito

Forma de financiamiento vinculada al consumo: cantidad de dinero que la entidad financiera coloca a disposición de una persona durante un período de tiempo. Al cliente no se le entrega esa cantidad al inicio de la operación sino que podrá ir disponiendo de ésta según las necesidades del momento, utilizando una cuenta o tarjeta de crédito. El

cliente solo pagará intereses por el importe del que finalmente haya dispuesto, aunque es habitual que se le cobre, además, una comisión mínima sobre el saldo no utilizado.

9. Merchant discount rate (mdr)

Tarifa que los comerciantes deben pagar a una empresa de procesamiento de pagos en transacciones con tarjeta de débito o crédito. El MDR normalmente viene en forma de un porcentaje del monto de la transacción. También se conoce por tasa de descuento de transacciones (TDR). Antes de aceptar tarjetas de débito y crédito como medio de pago, el comerciante debe configurar este servicio y aceptar la tarifa. La tasa de descuento comercial es un precio que los comerciantes deben tener en cuenta al calcular los costos generales de su empresa. Otro concepto es la tarifa que cobran los procesadores de pagos a los comerciantes por procesar transacciones electrónicas; suele ser un porcentaje del valor de la transacción y se utiliza para cubrir los costos del procesamiento incluidas las tarifas cobradas por las redes de tarjetas, procesadores de pagos e intermediarios involucrados en el proceso de pago.

10. Venta a crédito

Es el tipo de operación que financia un pago a realizar en el marco del mediano o largo plazo luego de la adquisición del bien o servicio. Tiene el propósito de distribuirlo en un determinado plazo pautado de antemano entre el comprador y el vendedor de manera que el primero pueda amortizarlo en varios lapsos de tiempo mediante cuotas regulares. Permite al usuario acceder a una cantidad fija de dinero al comienzo de la operación con la condición devolverla más los intereses pactados en un plazo determinado. Estaría destinado a financiamientos para obtener capital de trabajo o cubrir fluctuaciones de tesorería para la adquisición de inventarios, pagos a proveedores, financiamiento de gastos de importaciones y actividades de inversión o expansión del negocio.

La operación consiste en la venta que se pagará de modo diferido a través del crédito otorgado por una institución financiera o no. Cuando la venta a crédito se efectúa; el vendedor hace entrega de un bien o realiza el servicio confiando que el pago se efectuaría a futuro por el financiamiento de la transacción. Esta confianza radica en buena medida: 1) historial de pagos que la persona que toma el crédito. 2) capacidad de solvencia. En efecto, estos dos criterios decidirán en buena medida la confianza que se tenga en un individuo o empresa a la hora de que se le conceda el crédito.

Se considera un crédito rotativo cuya modalidad consiste en principio adquirir cierto monto de financiamiento para la compra, pero no en único desembolso sino se ejecuta cada vez que se necesite cumplida la deuda inicial. El crédito otorgado tiene por finalidad financiar un producto a medida que se va cancelado la deuda se iría habi-

litando o liberando la capacidad de compra del deudor comprometido con la deuda y colocando a disposición la autorización de nuevos financiamientos a plazo por el comerciante afiliado. Se ofrece acceso a una línea de crédito continua según la necesite el comprador siempre que no exceda el límite de financiamiento esperándose se cancele regularmente lo que financia.

10.1. Factura a crédito

Es un documento comercial emitido por un proveedor (vendedor) a un consumidor (comprador) que detalla los bienes o servicios proporcionados junto con el importe adeudado y términos de pago acordados. En esencia es una promesa de pago por el comprador a una fecha futura especificada que varía dependiendo de los términos de crédito acordados entre las partes. Emitiéndose si aún falta pagar una parte o total del producto o servicio permitiendo al comprador mantener la promesa de pago del servicio o bien entregado. En caso de incumplimiento con el plazo de pago estipulado la tenencia de este documento permitiría iniciar un proceso de cobranza.

Por lo general, cuando un proveedor vende productos o servicios a un consumidor a crédito realizada la entrega o completados los servicios se emite facturas de crédito al comprador que incluiría detalles como fecha de emisión, bienes o servicios entregados, importe total adeudado y fecha de vencimiento del pago. El comprador luego tiene la responsabilidad de pagar la factura dentro del período de crédito acordado.

10.2. Descuento de factura

La financiación de facturas es una forma de préstamo a corto plazo: el vendedor a plazos obtiene dinero utilizando como garantía el importe de las facturas emitidas a sus compradores. Estas cuentas por cobrar se utilizan entonces como garantía para obtener financiamiento a corto plazo; en este caso el vendedor transfiere la factura a un tercero, como un banco o financiera a cambio de recibir una cantidad de dinero menor al valor nominal de la factura. El tercero luego cobra el importe completo al vencimiento de la factura obteniendo así un beneficio.

11. Scalapay: préstamo sin intereses

Es un tipo de financiamiento que el prestatario no paga intereses sobre el monto del préstamo. Esto significa en teoría que el prestatario devuelve exactamente la misma cantidad del financiamiento, sin cargos adicionales por intereses. Suelen estar diseñados para atraer nuevos clientes o para retener a los existentes mediante ofertas especiales. Generalmente se ofrecen con términos específicos y a menudo están condicionados a ciertas restricciones o requisitos. La compensación al prestamista suele estar incorporada en la transacción inicial. Deberán considerarse a efectos contables

como un pasivo financiero y su tratamiento contable será aquel que el Plan General de Contabilidad establece como “Instrumentos Financieros”.

Ofrecen financiación sin intereses para sus titulares, aunque puede que lleven asociados ciertos gastos en forma de comisiones. Es igual a cualquier otro préstamo solo que cuenta con un Tipo de Interés Nominal (TIN) del 0%. El TIN es el porcentaje fijo que el banco cobra por prestar el dinero al titular de un préstamo y solo tiene en cuenta el tipo de interés que ofrece la entidad. Sin embargo, un préstamo sin intereses implica costes porque conlleva el pago de algunas comisiones y de otros gastos asociados; para conocer su coste real es preferible utilizar la Tasa Anual Equivalente (TAE). La existencia del préstamo sin intereses no quiere decir que sean a coste cero. Los préstamos que ofrecen un interés inicial del 0% durante un período de tiempo determinado también suelen incluir el interés diferido; significa si realiza pagos atrasados o no paga el saldo dentro de un cierto período de tiempo es posible cobren intereses retroactivamente sobre el saldo total. El principal coste añadido que puede tener un préstamo sin intereses es el pago de comisiones: 1) de estudio: gestiones que se realizan para determinar si concede el préstamo según la capacidad de endeudamiento del solicitante. 2) apertura del préstamo. 3) demora en el pago de las cuotas. 4) cancelación anticipada total o parcial.

11.1. Experiencia

Se ha sostenido que la venta de pago sin interés potencia la venta en el comercio pues se accede a un público más amplio además de promover la fidelización del cliente y compra recurrente. Sin embargo, no resulta del todo cierto pues en el comercio no es gratuito el dinero prestado. Si bien no se paga una tasa de interés nominal, los costes del préstamo pueden generarse en la letra pequeña del contrato o en comisiones. La modalidad de cuotas sin interés puede haber creado la distorsión que incorporó el costo financiero al precio inicial del producto. Se ha cuestionado este método siendo un hecho notorio para el comerciante que la cuota por pagar a plazo constituye un préstamo que realiza y debe ser remunerado. También el comerciante podría estar cobrando intereses en forma encubierta contenidos en las cuotas otorgadas al deudor incluso mayor que la tasa bancaria resultando este producto encarecido.

En general el financiamiento para cuotas sin interés es un costo que absorbe vendedor y se suma la comisión del intermediario de la compra-venta aunado a impuestos y retenciones determina el precio al final el vendedor termina ofertando. Por lo general el intermediario también cobra el costo de transacción bonificado; es decir el esquema de planes con precios fijos más un costo de transacción variable que es un porcentaje variable según el plan contratado por el vendedor calculado en relación al total de las ventas que se hayan contratado en el periodo establecido particularmente el mes anterior.

12. Pago: en cuotas – al contado

No puede tener igual valor o precio el mismo producto si se paga al contado que en cuotas considerándose una publicidad engañosa. La lógica del comprador es que el producto con un mismo precio ofertado al contado o plazos preferirá este último porque permitiría disponer de dinero adicional. Según algunos críticos constituiría un injusto para el comprador al contado porque pagaría un precio con intereses encubiertos sin hacer uso de la compra a plazos. El precio al contado es el producto de la oferta y demanda que el vendedor está dispuesto a ofertar y el comprador a pagar de manera inmediata. En el caso de la venta a plazo esto no ocurre porque el mismo oferente lógicamente establece un precio mayor bajo la premisa que ningún comerciante vende a plazo sin interés.

Más allá de lo que anuncie la publicidad del comercio debía el tenerse claro que toda compra que implique un financiamiento en pagos diferidos por plazos tiene un costo asociado, aunque se anuncien que son cuotas sin intereses. Una compra a cuotas sin intereses en realidad se podría estar pagando una tasa de interés mucho mayor a la que ofrecería directamente una entidad bancaria incluso. En algunos países como en la República Argentina en una resolución de la Secretaría de Comercio obligaba a los comercios a diferenciar el precio de un producto al contado del valor financiado; el consumidor podrá comparar no solo la oferta más económica cuando realice una compra en un solo pago¹⁰.

12.1. Precios transparentes

Esta política tiene por finalidad de incentivar la competencia y salvaguardar a los consumidores exigiendo diferenciar claramente el precio de contado del precio en cuotas y explicitar el denominado costo financiero total. Implica mostrar información clara sobre el precio de productos y servicios incluyendo todos los costos como comisiones, impuestos y cargos adicionales garantizando que no haya costos ocultos y fomenta la honestidad entre los comerciantes y clientes.

Particularmente se buscan evitar que los intereses de financiamiento se trasladen a quienes pagan al contado estimulando la baja de éste. De esta manera se evitara que los comercios eleven el precio de contado para cubrir el costo financiero de ventas en cuotas. Se parte del hecho que las denominadas cuotas sin interés, en verdad trasladan el interés a la cuota inicial del producto volviéndolo más caro.

¹⁰ Natalia Muscatelli: “Cuotas vs. contado: las diferencias que deberían mostrar los comercios”. Clarín. 28/01/2017 19:01/ Actualizado al 28/01/2017 19:01

La modalidad de falsas cuotas promocionadas como “sin interés” perjudica a todos los consumidores creando una distorsión en las compras financiadas. La política de precios transparentes sobre los costos involucrados en los pagos financiados permitiría al consumidor tener más herramientas para decidir cómo compra, analizando si le conviene pagar de contado o financiarse en cuotas entendiendo el costo que implicaría. En este sentido, cuando se combre en cuotas se tendría como información mínima: la cuota inicial o anticipo, el número y el monto de cada cuota, el costo financiero total — suma todos los costos y cargos asociados a un plan de financiación — y cuánto cuesta al contado. No podrá incluirse el costo de financiación en el precio en un solo pago o al contado; evitando de manera tal de igualar el precio de contado con un plan de cuotas presentadas artificialmente como sin interés. En teoría precios más transparente haría que bajen los montos de los pagos al contado. También se salvaguardaría los derechos de los consumidores evitando que paguen los costos de financiar cuando realmente no lo hacen.

Se prohibiría consignar palabras o frases que puedan inducir a error, engaño o confusión, respecto de las condiciones de comercialización. No se permitiría la realización de cualquier clase de presentación, de publicidad o propaganda que mediante inexactitudes u ocultamientos pueda inducir a error, engaño o confusión respecto a las condiciones de comercialización.

12.2. Devaluación

En principio, las cuotas sin interés congelan el precio del producto al precio del momento y lo dividen en varios meses. Se plantea si los valores de los montos a plazos diferidos pierden valor adquisitivo cuando el comerciante los cobra. De esta manera, es posible adquirir bienes/servicios y pagarlos con dinero que valdrá menos con el paso del tiempo.

13. Corretaje comercial

El corretaje comercial supone la actuación del corredor para que actúe como promotor o intermediario en una operación comercial. Es el nexo entre quien ofrece un producto y el sujeto que lo demanda recibiendo a cambio una comisión por su intervención. El contrato de corretaje, la persona particularmente por su especial conocimiento de los mercados y técnicas de mercadeo se ocupa de agente intermediario en la tarea de poner en relación a dos o más personas, con la finalidad de celebrar un negocio comercial. Su gestión no se limita simplemente de informar a las partes la existencia del negocio, sino concluyen determinado contrato.

Vivante asevera los correderos son comerciantes que profesionalmente se ocupan en facilitar el trato de los negocios comerciales ajenos. Su trabajo consiste en relacionar entre sí a las personas dispuestas a concretar un negocio y ponerlas de acuerdo.

Por consiguiente, el oficio se explica en el periodo de los tratos y termina cuando los contratantes pactan el negocio. Pero esto no impide por convenio o costumbre puedan estar encargados de atender a la ejecución del contrato.

El contrato de correduría o de mediación es un contrato accesorio que acompaña a la estipulación de un contrato comercial. El corredor debe obrar con lealtad dejando a cada una de las partes una copia del contrato y si es posible haciéndola firmar por los contratantes; es responsable por la verdad de las firmas, por ejemplo, presenta al descuento letras de cambio, debe asegurarse de que la firma del último endosante es verdadera. El comerciante que se vale de su trabajo debe pagarle los honorarios estipulados que fija la costumbre si no se convino en nada acerca de ellos. El corredor no tiene derecho a exigirlos si no se ha cerrado el trato, aun cuando le hubiese consagrado mucho tiempo y aun hecho gastos. La cuantía de los honorarios del corretaje suele calcularse por el precio de las mercancías contratadas a razón de un porcentaje. Por lo común suelen pagarlos ambos comerciantes por mitad pero también puede haber la costumbre, de hacerlos pagar en diversa medida y a veces por uno solo de los contratantes¹¹.

Goldschmidt afirma que el Código de Comercio venezolano considera a los corredores que dispensa su mediación a los comerciantes para facilitarles la conclusión de sus contratos tienen la calidad de comerciantes debido que el Código de Comercio en el artículo 2º, ordinal 15, enumera entre los actos objetivos de comercio; cuyo ejercicio profesional confiere la calidad de comerciante a las operaciones de corretaje en materia mercantil. El corredor tiene el derecho al corretaje o comisión que solo se constituye si se lleva a conclusión el asunto que interviene. El contrato de mediación es un contrato preparatorio de un contrato principal que únicamente vincula a la persona que encarga al corredor y queda obligada al pago del corretaje bajo la condición jurídica de la conclusión del contrato principal entre ella y el tercero. El corredor en principio no tiene poder para celebrar el contrato con el tercero. Tampoco está autorizado para recibir o hacer pagos, ni para cumplir o exigir el cumplimiento de cualesquiera otras obligaciones de los contratantes, salvo los usos contrarios, locales o especiales del comercio¹².

Morles citando a Garrigues señala hay personas cuya actividad profesional está dirigida a dispensar su mediación a los comerciantes para facilitarles la conclusión de sus contratos, es decir la dependencia con respecto al comerciante es eventual y transitoria. Para esta clase de personas se utiliza la expresión de auxiliares independientes; acotando más que auxiliares del comerciante se está en presencia de auxiliares del comercio.

¹¹ Vivante, Cesar. "Derecho Mercantil". México. Tribunal Superior de Justicia del Distrito Federal. Dirección General de Anales de Jurisprudencia y Boletín Judicial. Biblioteca de Jurisprudencia, Filosofía e Historia. La España Moderna, 2002, 79-89.

¹² Goldschmidt, Roberto. "Curso de Derecho Mercantil". Caracas. Ediar venezolana SRL. 1979. Pp. 131-135

El Código de Comercio expresa bien al decir tiene por función facilitar la conclusión de los contratos de los comerciantes; no tiene relación de dependencia ni está subordinado a éstos; puede dejar de cumplir sin consecuencias su función mediadora. El corredor no tiene derecho al corretaje sino lleva a conclusión el asunto que interviene —artículo 71, *ejusdem*—. No asume nunca la representación del comerciante puesto cuando se le encarga la operación no se encuentra autorizado para recibir o hacer pagos, ni para cumplir o exigir el cumplimiento de cualquiera de las partes contratantes originadas de las resultas de la gestión —artículo 69, *ejusdem*— demostrando que carece de los atributos propios de la representación y los contratantes contratan entre sí; siendo un tercero sin representación en el contrato. Se hace responsable de la ejecución del contrato como si se tratará de un garante, razón por la cual queda subrogado en los derechos del contratante cuyo beneficio cumplió el contrato —artículo 71, Código de Comercio—.

El corredor tiene la cualidad de gestor de intereses ajenos que no asume la representación de las partes contratantes, tampoco las obligaciones propias porque no es contratante en nombre propio. El corredor actúa de manera imparcial entre los contratantes, a quienes los aproxima y trata de poner de acuerdo, sin estar obligado a cumplir el encargo recibido requiriendo un acuerdo de voluntades. Sin embargo, el corredor tiene derecho a recibir una remuneración en el caso que las partes concluyan el asunto que interviene.

El Código de Comercio no especifica quien está obligado a cancelar el corretaje, pero como el contrato ha sido posible por la labor que realizó como intermediario, ambas partes contratantes deben considerarse deudoras de éste por igual; siendo lo justo y lógico. Es una actividad de hecho que solo se convierte en prestación cuando se produce un resultado negándose su carácter contractual y se ha propuesto que se identifique como una relación. Los corredores son responsables: 1) de la identidad y de la capacidad de las personas que contratan por su intermediación. 2) de la realidad de las negociaciones en que intervenga. 3) De la realidad de los endosos en que intervengan, en las negociaciones que procuren de letras de cambio y de otros efectos endosables. El corredor debe cumplir la obligación profesional de llevar libros y de entregar a las partes extracto del contrato que asienten en estos. (art, 72. Código de Comercio)¹³.

¹³ Morles Hernández, Alfredo. “Curso de Derecho Mercantil”. Tomo I. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, 2007. Pp. 507-515.

14. Software de compras

Se puede partir del hecho de la existencia de software de compra o herramienta tecnológica diseñada para gestionar y automatizar el proceso comercial de bienes y servicios ofreciendo una solución de financiación de compras para que los comerciantes ofrezcan a sus clientes la opción de financiarlas. Esto incluye opciones como el arrendamiento de productos con pagos a plazos, compra ahora - paga después y pagos fraccionados. Permite establecer condiciones, tipos de préstamos y estructuras que pueden adaptarse a diversas opciones de financiación como préstamos a plazos, líneas de crédito renovables, financiación de arrendamientos o programas de préstamos personalizados adaptados a sectores o segmentos de clientes específicos. Incluye el establecimiento de tipos de interés, plazos de amortización, importes de préstamo y otros parámetros en función de los requisitos de la empresa y políticas de préstamo. Abarcaría gestión de límites de crédito y restricciones de productos: establezca límites de crédito para los clientes en función de su calificación crediticia, asequibilidad y algoritmos internos para garantizar prácticas de préstamo responsables; configuración de los importes del producto, el número de cuotas, el plazo, el interés.

15. Fitech

Los softwares que incluye las ventas a plazos están comprendidos a lo que se ha denominado ecosistema Fintech es decir, la aplicación de tecnología para mejorar y automatizar específicamente los servicios financieros; incluiría una amplia gama de aplicaciones: pagos móviles y préstamos entre partes hasta gestión de inversiones y criptomonedas. El objetivo principal es hacer que los servicios financieros sean más accesibles, eficientes y asequibles. Fintech, una combinación entre las palabras ‘financial’ y ‘technology’; se refiere a la integración de tecnología en servicios y productos financieros.

El funcionamiento en concreto de cada fintech dependerá del área específica que aborde; pero el denominador común es el empleo de la tecnología para agilizar y mejorar la experiencia del usuario en operaciones financieras. Utilizan:

- a. Aplicaciones móviles o app móvil: diseñada para ejecutarse en un dispositivo móvil, que puede ser el teléfono inteligente o tableta entre otros a diferencia de las aplicaciones diseñadas para computadoras de escritorio se alejan de los sistemas de software integrados;
- b. Plataformas en línea o digitales: *sitios web o aplicaciones que permiten a los usuarios interactuar entre sí y con el contenido que se ofrece dentro de la misma.*
- c. Algoritmos informáticos: secuencia de instrucciones u operaciones específicas que permiten controlar determinados procesos. Se trata de conjuntos finitos y

ordenados de pasos, que nos conducen a resolver un problema o tomar una decisión. En consecuencia, estas aplicaciones ofrecen servicios como transferencias de dinero, gestión de inversiones, prestamos, pagos electrónicos.

Se asevera en relación a la banca tradicional, las empresas fintech cuenta con una mayor accesibilidad a los servicios inclusive colocar los servicios financieros tradicionales al alcance de personas no bancarizadas o con acceso limitado al crédito; como también un menor coste pues se sostiene que tienen los productos financieros tarifas más bajas y costes más transparentes y soluciones financieras más actualizadas y eficientes. Se agrega que la banca tradicional por lo general son instituciones grandes y establecidas con una gama de servicios; en tanto la fintech serían más agiles, innovadoras y centradas en soluciones específicas; ofrecería tarifas más competitivas, una experiencia para el usuario más sencilla y transparente.

15.1. Startups fitech

Esta referida a empresas emergentes que desempeñan actividades referentes al desarrollo de la tecnología financiera en base al principio de innovación financiera, concebidos como nuevas formas de abordar las necesidades financieras de los consumidores como desarrollo de aplicaciones de inversión y creación de métodos innovadores de préstamos buscando revolucionar la manera con que las personas se interrelacionan con los servicios financieros, mayor usabilidad y accesibilidad a éstos. Estas empresas señalan que identifican oportunidades para redefinir las reglas del mundo financiero haciendo accesibles las oportunidades de crédito para el público. Son tecnologías surgidas para el desarrollo, transformación e innovación de los servicios financieros y bancarios, buscando automatizar y agilizar los procesos de estas empresas y gradualmente reemplazan a los procesos tradicionalmente aplicados en éstos.

16. Marketing digital

De manera tradicional se ha definido por mercadeo como todas aquellas actividades que buscan acercar los productos y servicios a los mercados para que sean adquiridos por los consumidores y obtengan plena satisfacción de éstos. El mercadeo sería el conjunto de actividades destinadas a acercar los potenciales clientes al producto y a satisfacerlo plenamente como consumidores. La planeación comenzaría con las necesidades, y productos y servicios que se crean para satisfacción de las necesidades de los consumidores. El mercadeo comienza en el cliente y termina en el cliente¹⁴. Entre el

¹⁴ Acosta Tobón, Alberto. “Mercadeo”. Curso Básico de Administración de Empresas. Barcelona- España. Grupo Editorial Norma. pp 13-21.

catálogo de necesidades se encuentra lo relacionado con las necesidades de adquisición del producto a través de facilitación de los mecanismos de pago o financiamiento.

La digitalización de la sociedad e interconexión y crecimiento del comercio electrónico hace necesario que los comercios y comerciantes tengan **presencia en internet** para asegurar su continuidad. Siendo el internet una herramienta de *marketing* directo; pues no se considera un medio masivo de comunicación sino interactivo que permite establecer un trato personalizado con el consumidor. Se desarrolla el marketing digital o mercadotecnia digital: conjunto de actividades que un proveedor ejecuta en línea de internet con el objetivo de atraer nuevos negocios y consumidores, crear relaciones comerciales y desarrollar una identidad de marca. Son estrategias direccionadas a la comunicación y comercialización electrónica de productos y servicios o en el ambiente on line que proporciona el internet. Es una de las principales formas disponibles para que los comerciantes se comuniquen con el público de forma directa, personalizada y en el momento adecuado.

17. Plataformas de intermediación digital (dip)

Se presta este servicio tecnológico cuando las plataformas digitales a cambio de un pago o contraprestación ofrecen o permiten a través de su sitio web, aplicación o cualquier otra red digital que sus clientes ofrezcan bienes o servicios a terceros. Se definen como interfaz: conexión física y funcional entre dos aparatos o sistemas incluidos los sitios web o partes de los mismos o aplicación y los móviles o cualquier otro medio accesible a los usuarios que posibilita la comunicación digital por una tarifa la interacción directa entre múltiples consumidores y múltiples proveedores, sin que la plataforma tome la propiedad económica de los bienes o preste los servicios ofertados. Proporcionan un servicio de intermediación digital que deben registrarse por separado en las cuentas. La tarifa por prestación del servicio se facturar al proveedor, consumidor o ambos.

18. Cuenta multimoneda

Sistema de pago que permite emitir facturas, recibirlas y registrar transacciones en divisas con respecto a la moneda principal que se configuró para el comercio. Es un aplicativo que permite tener y gestionar diferentes monedas extranjeras en una sola cuenta; y realizar actualización de precios de los productos en relación a una moneda de referencia y monedas fluctuantes.

La moneda de referencia es la variable independiente o fija no sujeta a cambio; las monedas fluctuantes es la variable dependiente pues su valor depende de las fluctuaciones en relación a la moneda fija. La actualización del precio se realiza a través de las variaciones de las tasas de cambio particularmente por día. La transacción guarda y

registra la tasa de cambio del momento en que se realizó. Si la actualización del registro es diaria la variable dependiente cambiara sea aumentando o disminuyendo de acuerdo a la cotización.

19. Comercio electrónico en cuotas

Es un modelo de venta en línea que permite a los consumidores adquirir productos o servicios y pagar por ellos en varias cuotas o pagos fraccionados. Implica el uso de plataformas o servicios de pago que facilitan la división de pagos. Estas plataformas pueden requerir una verificación del crédito o establecer límites de gasto basados en el historial de crédito del comprador. Se debe tener en cuenta algunas consideraciones claves al implementar la venta por cuotas como establecer políticas claras, evaluar el riesgo crediticio, mantener la integridad y seguridad de los datos.

Cuando los consumidores realizan una compra única simplemente seleccionan un vendedor afiliado y son redirigidos al sitio del proveedor para crear una cuenta o iniciar sesión; los clientes eligen si aceptan los términos del plan de pago y completan la compra. Estos servicios de venta a plazos generan ingresos mediante el cobro de comisiones tanto a clientes o al comercio. Las comisiones para el comerciante dependen del proveedor del servicio, pero normalmente incluyen por el proceso de configuración digital inicial y comisión fija por cada transacción. Las comisiones para clientes suelen estar relacionadas con los intereses o cargos por pagos atrasados.

El comercio electrónico a través de plataformas informáticas permitiría a los consumidores adquirir bienes y servicios desde cualquier lugar donde se encuentra. El auge debe a la inclinación de éstos hacia la compra-venta a través de internet fomentada por la disponibilidad de una gama de opciones, facilidad de acceso y comodidad, planteando retos legales lo que respecta a la protección de los derechos de los consumidores.

19.1. Consultas suaves

La autorización de la compra a plazo se fundamenta en consultas suaves y no tienen ningún impacto sobre el puntaje crediticio. Es una representación numérica de la solvencia que los potenciales acreedores usan para estimar la posibilidad de pago del deudor si le otorgan un crédito. Permite que un acreedor evalúe el historial crediticio y puntaje crediticio para determinar qué tan bien administra el crédito; es decir el informe crediticio y calificación crediticia. Estas no representan una solicitud activa de crédito, porque su propósito en principio es meramente informativo. Es una herramienta benigna para obtener información sin afectar negativamente su historial crediticio. Son útiles para monitorear su salud financiera, explorar opciones de crédito y mantenerse informado, todo sin riesgo para su puntaje.

19.2. Consultas duras

Tiene un impacto leve y temporal en la puntuación de crédito: Número de tres dígitos, generalmente entre 300 y 850, representa el riesgo crediticio o probabilidad de pagar las cuotas o facturas a tiempo; considerándose factor importante al decidir si aprueban una cuenta de crédito. Pudiendo influir en la tasa de interés y otros términos de un préstamo u otra cuenta de crédito para la que califique. Potencialmente podría reducir el puntaje de crédito y por lo general son visibles para otros prestamistas.

Suelen realizarse cuando un prestamista toma decisiones definitivas sobre la aprobación de un préstamo. Se activan cuando el acreedor necesita evaluar el historial crediticio para determinar el riesgo del prestatario. Se realizan cuando se consideran solicitudes para nuevas cuentas de crédito o aumento del límite. Indican que se está buscando un nuevo crédito y múltiples consultas duras en un corto período pueden generar preocupación para los prestamistas que podrían interpretarse como un mayor riesgo financiero.

19.3. Pago total

También se da el caso, una vez al completar la compra el comerciante recibe el pago total por adelantado de inmediato menos las comisiones, independientemente que si el comprador paga sus cuotas con éxito o no. Significaría que la plataforma asume todo el riesgo del cliente, protegiéndolo al comerciante contra el fraude. Los compradores pagan sus cuotas directamente a la plataforma a menudo sin intereses ni comisiones adicionales cuando pagan a tiempo.

Parte II. Experiencia venezolana

1. Entorno

Resulta un hecho notorio en Venezuela el auge de aplicaciones móviles o app —programas informáticos o software diseñados para instalarse en dispositivos móviles smartphones y tabletas que aprovecha características como GPS, cámara, sensores y conectividad a diferencia de las web apps que son accesos directos a páginas web y no requieren de instalación alguna— con finalidad de ventas generales o específicas teniendo gran aceptación por el consumidor venezolano.

Según reseña periodística —sin dejar de advertir que muchas de éstas evidentemente tienen un cariz publicitario y promovidas por las propias directivas ejecutivas o Chief Executive Officer (CEO)— señala que estos productos tecnológicos resultan ser la “solución al colapso del crédito en Venezuela”. Una firma consultora estimaba que solo el 7% de la población tenía tarjetas de crédito, mientras que más del 20% tiene

una cuenta en la “plataforma más relevante” en Venezuela. Cuando durante el 2023 se estimaba que la economía experimentó un frenazo: las tiendas del Área Metropolitana de Caracas tuvieron una contracción de crecimiento de -3,3%. Mientras tanto, las tiendas que ofrecieron la plataforma tuvieron una tasa de conversión de clientes del 30%. Si la tienda ofrecía opciones de financiamiento era obvio el número de compradores aumenta¹⁵.

2. Surgimiento

Existen muchas hipótesis sobre el surgimiento y proliferación de esta forma de modalidad de venta-compra en Venezuela. Algunas están referidas a las políticas del estado venezolano con la finalidad de revertir la inflación a través de la restricción del crédito bancario por el aumento altamente significativo del encaje legal siendo una forma de reducir la liquidez en el mercado. Es una medida que la autoridad monetaria sustrae parte de los recursos depositados por personas y empresas en los bancos en una cuantía determinada por el coeficiente de encaje. Desde el punto de vista contable, estos recursos usualmente, aparecen bajo las denominaciones de reservas bancarias legales, reservas bancarias requeridas o reservas bancarias obligatorias. Se registran del lado del activo en la cuenta de disponibilidades del balance general de los bancos. Para el banco central, las reservas bancarias obligatorias constituyen un pasivo frente a otras sociedades de depósitos; su registro se encuentra en el lado de los usos de la base monetaria en la partida de “depósitos de las sociedades monetarias de depósito”.

2.1. Rotación de inventarios

La principal y exclusiva prioridad del comerciante es la venta de sus productos que ofrece surgiendo la necesidad de búsqueda de mecanismos entre ellas las aplicaciones digitales que sirvan de intermediario entre el vendedor y el comprador. En consecuencia, es necesario establecer los indicadores necesarios que evalúe la calidad de las transacciones comerciales y mecanismos de marketing —medios que facilitan las ventas como la publicidad—.

La rotación de inventarios es el indicador que permite determinar la frecuencia con la empresa vende lo que oferta. Indica el tiempo y eficacia con los que un producto se vende para tomar decisiones en cuanto a las estrategias de venta o de producción: ajustes a los precios, a los volúmenes de fabricación, a las estrategias de promoción de ventas, entre otras.

¹⁵ Frangie Mawad , Tony.(2024, 10, 03) “Como el colapso del crédito en Venezuela disparó la fintech Cashea”. caracaschronicles.com.<https://www.caracaschronicles.com/2024/10/03/after-venezuelas-credit-crunch-cashea-a-bnp-app-is-booming/?lang=es>

El funcionamiento ideal sería tener en depósito sólo lo necesario para cubrir los pedidos de los consumidores y no productos que no se venden o lo hacen lentamente. Si es muy alta significa que las mercancías no permanecen mucho tiempo en el almacén pudiendo asumirse que la empresa tiene una buena función logística; al contrario, si la rotación es menor, las mercancías permanecen más tiempo en el almacén indica que no hay una buena administración ni organización logística. Menor sea el tiempo que las mercancías estén en el depósito, la cantidad de recursos empleados en la logística de inventario será menor y las pérdidas serán menores por costos de depósito lo que supone que las ventas se concluyen.

3. “La Aplicación”

El prestador de este servicio más relevante en Venezuela —con finalidad práctica y académica se denominará “La Aplicación”, la referencia de manera genérica por “las aplicaciones” en adelante— se define como una plataforma tecnológica que mediante la aplicación móvil conecta a los usuarios con la posibilidad de acceder a compras en cuotas para adquirir productos y servicios en establecimientos comerciales afiliados además de permitirse al contado. Alternativa accesible que junto a su red de comercio aliados permitiría la compra y adquirir bienes y pagar después en cuotas sin interés. Es gratuita se obtiene descargando o transfiriendo el programa o software desde un servidor remoto —que recibe y procesa las peticiones de los usuarios a través de internet— a un dispositivo local como un teléfono o computadora para poder usarlo.

3.1. Términos y condiciones

Las relaciones jurídicas entre la “La Aplicación” y los receptores del servicio se regula a través de un contrato de adhesión o de aceptación obligatoria, particularmente en referencia a las condiciones de uso y cualquier otro contrato o relación jurídica conexos de forma jurídicamente vinculante. Asimismo, se reserva el derecho a realizar modificaciones parciales o totales declarando el usuario aceptar los mismos y adherirse integralmente a todas sus disposiciones y acepta que podría realizarse cambios cuando así se considere pertinente.

3.2. Contenido de la aplicación

“La Aplicación” es administrada por una sociedad mercantil debidamente constituida abarcando por activos de capital: la plataforma tecnológica, aplicación móvil, sitio web, software. También las marcas, logotipos, emblemas, eslóganes, imágenes, textos, diseños y demás elementos como insumos de marketing y manual de lineamientos para visibilizar “La Aplicación” en el comercio afiliado de forma correcta. Son de su propiedad todos los contenidos disponibles en la plataforma como los signos o

símbolos distintivos que son proporcionados por éste o sus licenciantes a los comercios comprometiéndose a utilizarlos de manera diligente con la finalidad de velar por los contenidos ofrecidos asegurándose de no infringir ninguna disposición legal ni vulneren los derechos de terceros. Se reserva todos los derechos de propiedad intelectual sobre la totalidad de los contenidos.

3.3. Marketplace

Parte del contenido de “La Aplicación” abarcaría el Marketplace: Plataforma en línea que conecta y reúne a compradores registrados y comercio afiliados facilitando la transacción de productos o servicios a diferencia de la tienda en línea tradicional en que una única empresa oferta los productos. Ofrecería un espacio común donde se publican productos o servicios, se gestionan pagos y regulan las condiciones de la venta conforme a la estrategia particularmente de pagos establecida por “La Aplicación”.

Abarcaría las tiendas en línea (página de Internet, aplicación u otra red digital), sin perjuicio que, además de ofrecer y vender bienes de su propiedad o prestar directamente servicios a los consumidores de bienes y servicios a través de éstas tiendas, poniendo en contacto a otros proveedores de bienes o servicios con los consumidores de los mismos. De esta forma consolidan productos de varios minoristas en línea en una única plataforma eliminando la necesidad que potenciales compradores visiten los sitios web de varios vendedores individualmente para encontrar los productos que necesitan.

Los productos expuestos en las vitrinas tecnológicas de “La Aplicación” son propiedad del comercio afiliado, como la determinación de los precios, descripciones y disponibilidad de éstos. Si bien los productos son expuestos con la mayor fidelidad posible, solamente sirven únicamente de referencia de éstos, sin implicar ninguna garantía de las características del mismo. El proceso de compra a través de la Aplicación se compone: (i). Escogencia del producto y comprobación de la selección de compra; (ii). Realización del pedido.

3.4. Aspecto no financiero

“La Aplicación” advierte que no es una institución financiera o parte del sector financiero, en consecuencia, no otorga créditos o préstamos producto de depósitos de terceros o de la intermediación financiera por lo que el uso del término financiamiento podría resultar controversial. Se aclara que no es una pasarela de pago: plataformas que permiten una transacción monetaria en internet las cuales son útiles para las compras online.

Un reportaje aparecido en un medio de comunicación digital destaca que “La Aplicación” no financia los productos solo es un garante que evalúa a los usuarios. Es intermediario entre el consumidor y el comercio, evalúa a los usuarios de su plataforma y cobra las cuotas para el último. Esta plataforma recibe su porcentaje con cada compra de un cliente en un comercio. Sin embargo, se causa cierta confusión que la publicación aseveró que la compra a crédito de productos a través de “La Aplicación” como intermediario se ha convertido en una herramienta de apoyo para la economía de los venezolanos¹⁶.

3.5. Línea de compra

“La Aplicación” pone a disposición de los comercios afiliados la plataforma para que los usuarios puedan efectuar compras a cuotas otorgando lo que define por línea de compra para realizar adquisiciones a cuotas bajo condiciones que califica por favorables. Determina el monto de las fracciones del pago total para realizar las compras en cuotas, aunque realmente es una habilitación o autorización para realizar la venta a plazos conforme a condiciones establecidas. Es el monto en dinero correspondientes a la cuota inicial y subsiguiente autorizada a cancelar al consumidor por “La Aplicación”. Por la información obtenida se obvia utilizar el término financiamiento o préstamo.

La línea de compra sería uno de los factores que determinaría la cantidad de dinero a pagar en cuotas al momento de realizar la compra, debido a que la suma total de éstas no puede ser mayor a la establecida para el comprador o usuario¹⁷. Conforme a la información recopilada el factor más importante para determinarla sería el correo electrónico sobre todo si está asociado a una red social porque permitiría conocer al usuario y tomar una decisión informada sobre su perfil lo que podría resultar en una mayor línea de compra¹⁸. El servicio no requiere de colateral ni tarjeta de crédito permitiendo a los usuarios satisfacer una necesidad de consumo en los comercios afiliados, en principio sin costos fijos ni cargos ocultos.

“La Aplicación” recomienda el uso responsable como la realización de compras necesarias y planificadas por los usuarios, y en este sentido sugiriéndoles realicen compras a cuotas estrictamente por los productos y servicios indispensables y tengan capacidad de honrar económicoamente las cuotas adquiridas. Se establece el recálculo

¹⁶ Selene Rivera. “El negocio de Cashea. ¿Qué gana como intermediario de compra? 2001. Live. 04.02.2025. <https://2001online.com/servicios/el-negocio-de-cashea-que-gana-como-intermediario-de-compra>. Fecha de revisión: 03-02-2025.

¹⁷ Fernando Acedo. ¿Qué es una línea de compra? Centro de ayuda Cashea. <https://intercom.help/cashea/es/articles/6195516-que-es-una-linea-de-compra>. Fecha de revisión: 03-02-2025.

¹⁸ Fernando Acedo. ¿Cómo se calcula la línea de compra? Centro de ayuda Cashea. <https://intercom.help/cashea/es/articles/8526397-como-se-calcula-la-linea-de-compra>. Fecha de revisión: 03-02-2025.

de la línea de compra ofreciendo la posibilidad de incrementar el límite en base a que se esté cancelando las cuotas a tiempo y no haya atrasos y se utilice regularmente para realizar las compras.

3.6. Limitaciones

El usuario de “La Aplicación” acepta que los comercios afiliados o que ofertan bienes y servicios a través de ésta son quienes los comercializan siendo responsables de la entrega de dichos productos y de garantizar el buen uso y funcionamiento. También los servicios o bienes ofrecidos son de exclusiva responsabilidad de los proveedores o vendedores. No interviene en la negociación, fijación de precios y condiciones del servicio presentándose únicamente como agregador en línea o comercio electrónico. No supervisa ni controla a los usuarios por lo que no se responsabiliza de manera alguna con cualquier tipo de actividad llevada a cabo por éstos, incluyendo, a su capacidad jurídica o disposición y posibilidad de ejecutar las transacciones y abonar los costes asociados a la misma.

3.7. Usuario

“La Aplicación” está disponible únicamente para personas naturales, mayores de edad, con cédula de identidad válida, legalmente hábiles y domiciliados en la República Bolivariana de Venezuela. El uso es estrictamente personal prohibiendo el acceso a la cuenta o perfil a otra persona. Los comercios afiliados verificarían estos requisitos al momento de la compra. No habiendo coincidencia con los registros del usuario, el comercio afiliado debería abstenerse de continuar la compra-venta.

La condición de usuario se adquiere en virtud del registro en “La Aplicación” realizado esencialmente a través de un teléfono inteligente o Smartphone de uso personal en que se descargara. Se proporcionará los datos para el registro y permisos necesarios para el funcionamiento como aceptar los términos y condiciones del contrato de adhesión. Las compras autorizadas se realizan una vez que el comprador se registra y crea la cuenta en “La Aplicación”.

3.8. Acceso a datos

Se solicita el permiso a los usuarios para acceder a ciertos datos para que sea otorgada de manera voluntaria con la finalidad de evaluar la solicitud de acceso a una línea de compra y calcular la puntuación de solvencia que se le otorgaría para la asignación de la línea de compra. La conservación de los datos personales se mantendría por el tiempo que se considere necesario y luego serían eliminados de manera segura. Los usuarios tendrían derecho a solicitar la modificación o eliminación de sus datos

personales en cualquier momento. Sólo los empleados autorizados y los proveedores de servicios para el funcionamiento y el mantenimiento de “La Aplicación” tendrán acceso a los datos personales.

3.9. Datos compartidos

Los usuarios autorizan de manera expresa a “La Aplicación” compartir sus datos personales con otras aplicaciones de servicios cuando éstos realicen solicitudes de servicios de compra a cuotas a través de dichas aplicaciones y el botón de redirección instalado en ellos. El objetivo principal es facilitar, agilizar y permitir a los compradores el proceso de solicitud y compra de productos o servicios a cuotas.

3.10. Datos de seguridad

Los usuarios una vez registrados son los únicos responsables de la custodia de sus credenciales con garantías de confidencialidad y seguridad por lo que deben seleccionar contraseñas que cumplan con los modelos y requisitos de seguridad y fortaleza permitidos por “las aplicaciones”. Se registra una única cuenta para el usuario y no podrán ser compartida con otras personas distintas conviniéndose en asumir la total responsabilidad por las actividades ejecutadas bajo su nombre y contraseña que debe mantenerla segura y en secreto. Es responsable de cualquier uso de su cuenta incluso si es indebido, ilegal o no atribuible al cliente (robo de contraseña) hasta que se envíe una solicitud de bloqueo.

EL usuario para utilizar el servicio acepta recibir comunicaciones relacionadas con los códigos OTP a través de los canales de comunicación indicados por el cliente a las aplicaciones. Los códigos OTP son código numérico para utilizar como forma adicional de verificación para autenticar a los usuarios antes de que puedan iniciar sesión en sus cuentas que solo se puede utilizar una vez.

El usuario reconoce que la seguridad y confidencialidad es fundamental para garantizar la identidad y el acceso autorizado comprometiéndose a mantener la confidencialidad del código OTP y a no compartirlo con terceros. “Las aplicaciones”; no sería responsable de ningún uso no autorizado o pérdida de datos resultante de la divulgación no autorizada del código OTP por el usuario.

3.11. Comercio afiliado

Es todo oferente que presta servicios o vende bienes a cuotas a través de “La Aplicación” sea en las tiendas físicas, Marketplace, botón de redirección o venta remota. Sería cualquier empresa o negocio que ofrezca a los clientes la posibilidad de comprar sus productos a través de ésta. El comprador puede hacer sus compras a cuotas sólo en los comercios afiliados a “La Aplicación” sin responsabilizarse de manera

alguna de las fallas o errores de los productos proporcionados. Una vez recibida la documentación solicitada y verificado que el comercio cumple con los requerimientos para formar parte de la red de comercios afiliados recibiría las instrucciones de iniciación y comenzaría el proceso de integración y pruebas. El comercio afiliado no tiene responsabilidad alguna sobre el pago de las cuotas dejada de pagar por los usuarios; en este caso “La Aplicación” asume la responsabilidad y realiza la cancelación al comercio afiliado.

3.12. Funcionamiento

Se realiza la compra con el pago de una inicial y el resto de cuotas iguales se pagarían a posterior sin interés según el plan de pago de “La Aplicación”. Específicamente a través de la plataforma permitiría a los comercios vender sus productos en cuotas y a los clientes les daría la opción de pagar cuotas en principio sin intereses e inclusive sería el administrador de los pagos de este tipo de ventas del comercio afiliado autorizándolas de conformidad con el modelo establecido.

La cancelación del pago inicial se realiza directamente con la tienda afiliada y posteriormente los pagos diferidos o fraccionados en cuotas se realizarán a través de una app o aplicación de software. Particularmente se define como pago en cuotas, sin intereses, conveniente y seguro. Se exige un monto de mínimo que es determinado de mutuo acuerdo entre los comercios afiliados y “La Aplicación” por orden de compra.

Esta podría variar según la línea de compra que corresponda a la venta. “La Aplicación” se reservaría el derecho a modificar el rango del monto mínimo de compra según la naturaleza del bien o servicio ofertado.

3.13. Protección del usuario

“La Aplicación” se comprometería con los usuarios en proveer un sistema y modelo de negocios que permita adquirir bienes o servicios a cuotas a los mismos precios y condiciones que los efectuados de contado por los comercios afiliados. En consecuencia, las compras a cuotas no serían recargadas, incrementadas o condicionadas para los usuarios. En caso que la compra sea incrementada o recargada por algún comercio afiliado, deberá ser reportada por el usuario para aplicar las sanciones correspondientes al comercio. Se ha insistido que no interviene en la fijación del precio de los artículos y su mayor interés es velar para que el cliente pague el mismo valor al contado y a crédito a través de esta plataforma¹⁹.

¹⁹ Robert Lobo. Pequeño comerciante explica por qué Cashea no es viable: solo funciona para grandes empresas. 2001. Live. 15-03-2025. <https://2001online.com/servicios/pequeno-comerciante-explica-por-que-cashea-no-es-viable-solo-funciona-para-grandes-empresas--202531310400>

3.14. Pago por servicios

Si bien en un primer momento “La Aplicación” no hizo la mención al cobro de comisiones en razón de sus servicios. Posteriormente admitió éste el cobro a los comercios afiliados. En este sentido: a) monto de la inversión + Impuesto al Valor Agregado para activar el perfil del comercio afiliado en la plataforma. kit de activación con código QR, material promocional, stickers, hablador y acceso a la plataforma b) Comisión del 4%: sobre todas las ventas generadas c) Comisión del 3% para supermercado y farmacias d) Comisión del 5%: para restaurantes d) Aplicación Online la comisión será de 6% sobre las ventas generadas²⁰.

3.15. Compra

El monto de la compra deberá ser pagado por el comprador a través de una inicial porcentual y una o más cuotas fijas cada determinado tiempo que establece en la orden de compra. La inicial representa un porcentaje del valor total del precio de venta y se calcula atendiendo el nivel del comprador dentro de “La Aplicación” y línea de compra disponible. Al cancelarse en el establecimiento físico la factura confirma este pago. Las cuotas son los pagos o porciones fijas que debe pagar el comprador cada determinado tiempo al comercio afiliado para completar el pago total del precio de la compra. “La Aplicación” facilitará durante y antes de la compra la información relativa a los comercios tales como, las comisiones, tarifas y costes que deban abonarse.

3.15.1. Orden de compra

Es el documento electrónico identificado con un número único en “La Aplicación” que refleja el monto de la compra o precio total de la venta de los bienes y servicios incluyendo impuestos, inicial pagada expresada en divisa independientemente de la forma de pago, montos a pagar en cuotas expresado en divisa, fechas de vencimiento de cada cuota, formas y lugar de pago. Refleja y contiene los términos y condiciones de la compraventa en cuotas suscrita por el comprador a través de “La Aplicación”. La factura sería el documento emitido por el comercio afiliado que evidencia la operación de compraventa del bien o servicio prestado al usuario. Si bien la publicidad y tutoriales señalan que la inicial debe ser cancelada con el propio dinero del comprador; el pago de las cuotas lo financia “La Aplicación”; no resulta correcto porque las cancelaciones a plazo lo continúan pagando el comprador de su peculio al vendedor.

²⁰ **Yasmely Saltos.** Así puede volverse aliado de Cashea: conoce las comisiones. 2001. Live. <https://2001online.com/servicios/asi-puede-volverse-aliado-de-cashea-conoce-las-comisiones> 202531317100

3.16. Valor del precio

Conforme a las reglas de “La Aplicación” se establece en dólares estadounidenses como moneda de referencia indistintamente de la forma o moneda de pago utilizada. Se justifica con la finalidad de preservar el debido equilibrio económico entre el comprador y vendedor evitando fluctuaciones del precio convenido al momento de la compra. Si bien la moneda de referencia de la compra es el dólar estadounidense, esta podrá ser cancelada en bolívares calculados a la tasa del cambio del Banco Central de Venezuela del día de pago.

3.17. Pago

Los métodos de pago serán facilitados durante el proceso de compra; algunos solo estarían disponibles con sujeción a distintas condiciones o comisiones adicionales. Se establecen dos tipos de pago. El inicial: debe hacerlo directo en el establecimiento físico de la tienda con cualquier método de pago que la tienda acepte. Cuotas: Se deben pagar conforme al calendario establecido de pago a plazos para realizarse a través de pago móvil, transferencia o depósito bancario usando los datos que proporciona la plataforma. El pago posteriormente es verificado y notificado por “La Aplicación” al usuario.

Los pagos se tramitan de manera independiente a través de servicios de terceros por lo que “La Aplicación” no recoge ninguna información sobre el medio de pago — como datos de tarjetas de crédito o débito— sino recibe una notificación del usuario una vez que se completa el pago satisfactoriamente. En caso de un fallo en el pago a través de los métodos disponibles o de ser denegado por el proveedor de servicios; “La Aplicación” no se verá obligado a ejecutar la compra.

El pago de las cuotas se realiza conforme a los datos bancarios que identifican al comercio afiliado; por cada compra que se realice se cobra un porcentaje de comisión. Todas estas condiciones son discutidas y acordadas por ambas partes en el contrato comercial a través del departamento comercial. “La Aplicación” propugna una política con “riesgo cero” para el comercio afiliado asumiendo el pago de cualquier cuota impaga serían liquidables directamente al comercio y descontadas.

3.18. Notificaciones

Los usuarios aceptan y autorizan expresamente que sean notificados por los comercios afiliados, agente de cobranza o cesionario sobre avisos de cobro y/o cualquier información relativa a la compra por comunicación telefónica, mensajes de texto, correo electrónico y/o comunicación personal a las direcciones aportadas a “las aplicaciones”. Por ende, los usuarios declaran que la información personal proporcionada para

la creación del perfil será susceptible a terceros para fines relacionados con las compras realizadas.

El usuario acepta que “La Aplicación” o terceros contratados puedan enviar mensajes de texto, WhatsApp, notificación push, por redes sociales, correos electrónicos y realizar llamadas para recordar el pago de cuotas; notificar nuevos comercios afiliados, realizar campañas de mercadeo, informar descuentos, realizar promociones y cualquier otro concepto considerado prudente.

3.19. Obligaciones

El usuario solicita a “las aplicaciones” la aprobación para ejecutar compras a cuotas o plazos a los comercios afiliados regulados por el contrato de afiliación. Recibida la aprobación se concreta la venta al usuario de los bienes detallados en la factura. La operación de ventas a plazo es compleja por la relación que se establece entre el usuario—comercio afiliado— con “las aplicaciones”. Siguiendo las enseñanzas de Messineo, todo negocio que no pueda adaptarse a las figuras contractuales clásicas o típicas es necesario ubicarlo en la clasificación jurídica-económica de los contratos atendiendo a su función en la realidad social económica; y de allí surgen entre otros la concepción de contrato de crédito²¹. Se establece las siguientes obligaciones a saber:

3.19.1. La (s) aplicación(es) y comercio afiliado

a) “las aplicaciones” se obligan particularmente a administrar el pago de la compra a plazos, inclusive autorizarla conforme a los parámetros establecidos en el contrato la adquisición de productos que el establecimiento afiliado ofrece.

b) El precio que debe pagar el comercio afiliado por la intermediación en la compra-venta es la comisión o gastos de administración que se descuenta una vez que “La Aplicación” procede a liquidar los servicios prestados por ésta.

c) “La Aplicación” en caso de que los clientes se atrasen o no paguen sus cuotas directamente cubre ese pago y lo realiza a la cuenta bancaria del comercio afiliado.

3.19.2. La(s) aplicación(es) y usuario

a) Para hacer uso de “las aplicaciones” es necesario que los potenciales usuarios se registren y creen una cuenta facilitando los datos exigidos de forma completa y fidedigna. La no creación y registro del servicio supone la imposibilidad de utilización de la plataforma.

²¹ Leoncio Landáez Otazo. “La tarjeta de crédito”. Caracas. Editorial Sentido. 1999. pp53-56.

b) Completado el proceso de registro, “las aplicaciones” se asegurará que el cliente tenga acceso a la cuenta y plataforma. No podrá prestar servicios en comercios que no estén afiliados y por ende vinculados a estas.

c) “Las aplicaciones” se compromete a hacer todo lo posible y organizar las medidas adecuadas para la protección de los datos del cliente de acuerdo con la legislación vigente sobre protección de datos personales.

d) El usuario siempre es responsable de cualquier uso de su cuenta incluida la obligación de pagar íntegramente el precio de compra de los productos.

e) En caso de robo de la contraseña o uso no autorizado de la cuenta por terceros, el usuario deberá notificar inmediatamente a “las aplicaciones” por escrito para permitir que la cuenta se bloquee o suspenda y debe enviar una copia de cualquier informe a las autoridades. Hasta el momento en que “las aplicaciones” reciba notificación de robo de la contraseña o acceso indebido a la cuenta por terceros, el usuario será responsable de cada compra realizada a través de su propia cuenta.

f) Los usuarios no podrán hacer uso del contenido de la plataforma tecnológica de la Aplicación a través de formas ajenas al uso adecuado de la estas.

g) Los usuarios no podrán copiar, descargar, compartir, modificar, traducir, transformar, publicar, ceder, vender, sub-licenciar, editar, transferir/ceder, a terceros, o crear obras derivadas de estos contenidos ni permitir a algún tercero hacerlo a través de su cuenta, incluso sin su conocimiento. Cualquier uso del contenido de la plataforma por los usuarios deberá contar con la aprobación de “La Aplicación” cuando no se destine con fines comerciales y se reconozcan de manera adecuada los derechos de autor.

h) La suspensión o eliminación de cuentas de los usuarios debido a causas imputables a ellos mismos, de ninguna manera eximirá la responsabilidad abonar las tarifas o precios que se han comprometido a satisfacer.

3.19.3. Comercio afiliado- usuario

Se mantiene mientras existan plazos u cuotas no canceladas.

a) Realizado la compra del producto por el usuario se verá sujeto a las obligaciones de abonar el precio, los impuestos, y cualquier otra comisión o gasto adicional según se indique en la página del pedido recibiendo un comprobante de pago confirmando la operación una vez finalizado el proceso de compra.

b) El usuario proporciona la información o datos personales o cualquier otro tipo de información específica para al comercio afiliado para la utilización de “las aplicaciones” como también la celebración del contrato con el vendedor.

c) Los usuarios aceptan la venta a cuotas que desarrollan los comercios afiliados según lo dispuesto en los términos establecidos por “las aplicaciones” y cronogramas obligándose a pagar de manera oportuna las cuotas y totalidad de los bienes ofertados adquiridos. Los pagos serán realizados de acuerdo a los métodos de pago ofertados por los comercios afiliados.

d) Los comercios afiliados y usuarios especifican los términos y condiciones de cada transacción incluyendo productos, precios y cualesquiera otras disposiciones específicamente aplicables entre éstos.

e) El comercio afiliado es el único responsable de la calidad, seguridad, veracidad y disponibilidad de los productos ofrecidos.

f) El acuerdo culminará una vez el usuario hayan pagado en su totalidad la última cuota al comercio afiliado.

3.19.4. Comercio afiliado y usuarios con respecto a la(s) aplicación(es)

a) Los usuarios y comercios afiliados podrán dar por terminado el uso de “las aplicaciones” en cualquier momento sin penalización alguna contactándolas directamente mediante los datos de contacto facilitados en el contrato de intermediación sobre venta a plazo.

b) “Las aplicaciones” se reserva el derecho, a su discreción, de suspender o de dar por terminada la relación con usuarios y comercios afiliados en cualquier momento y sin preaviso en caso de incumplimiento de los términos de intermediación comercial. Esta suspensión o eliminación de cuentas no darían derecho alguno a los mismos de exigir ninguna compensación, reembolso ni indemnización por daños y perjuicios.

3.20. Indemnización por pago tardío

Los compradores que paguen tardíamente su cuota o después de la fecha prevista y su periodo de gracia generará una penalidad en dólares estadounidenses por cuota atrasada. El incumplimiento o mora en el pago de una cuota por el usuario sería suficiente para que se considere de plazo vencido el total de la deuda independientemente que existan cuotas por vencer.

La indemnización es establecida como cláusula penal para resarcir los daños y perjuicios causados a “La Aplicación” por incumplimiento del usuario de sus obligaciones contractuales de pago puntual. Se observa que no es una penalidad en beneficio del comercio afiliado que realizó la venta a plazos sino para “La Aplicación” resultando controversial. Este pago sería indispensable para la reactivación del usuario moroso pues la línea de compra es bloqueada al verificar el impago de una cuota.

Estos daños y perjuicios presuntamente causados a “La Aplicación” por incumplimiento de los compradores son mencionados:

- a) Necesidad de honrar la garantía y pagar la deuda del usuario al comercio afiliado, afectando su flujo de caja y realizando erogaciones superiores para cubrir los impuestos relacionados con los movimientos bancarios.
- b) Incrementos de los costos de los servicios tecnológicos para las llamadas vía IP – Protocolo de Internet: transmisión de voz y datos a través de redes basadas en protocolo de internet. Aprovecha la infraestructura de red existente como internet y redes empresariales, para transmitir llamadas de voz de manera digital (voz IP).
- 3) Contratación de agencias de cobranzas externas cuando no se ha podido cobrar las acreencias en un plazo prudencial.
- 4) Gastos de abogado y o cualquier otro para la realización de la cobranza.

4. Garantía

En caso de incumplimiento y fracaso de las penalidades, “La Aplicación” obtendría el monto del valor de los créditos no satisfechos o incumplidos a través de una cesión. Por concepto de retraso o impago asume o compra las facturas y realiza la recaudación de las cuotas de pago insatisfechas en adelante. El comercio habilita la posibilidad de compra-venta siendo “La Aplicación” la infraestructura tecnológica y garante ante el impago aseverando que el sistema asegura el “cero por ciento de riesgo para el comercio” aclarando que el comercio afiliado da el crédito —venta a plazo— y recauda las cuotas. Por retraso en la cancelación de las cuotas la cuenta sería suspendida —pausada— y debe pagarse un cargo por reactivación. La deuda sería trasladada a “La Aplicación” siendo gestionada directamente por el equipo de cobranza.

El usuario autoriza a los comercios afiliados a “La Aplicación” a cederle automáticamente a todas las facturas, órdenes de compra y cuotas sean estas de plazo vencido o por vencer por incumplimiento de su cancelación sin necesidad de notificación posterior a la aceptación de los términos y condiciones del contrato; para utilizarlas en operación de factoring o instrumentos financieros autorizados por la Superintendencia Nacional de Valores.

“La Aplicación” en las distintas publicidades y tutoriales parece sostener en caso que los usuarios se atrasen o no paguen sus cuotas; cubriría directamente el pago insatisfecho y lo realizaría a la cuenta bancaria del comercio afiliado por lo que el riesgo de impago para el negocio resultaría inexistente cediéndole las facturas insatisfechas. En este caso “La Aplicación” se convertiría en acreedor del deudor moroso realizándose a ésta las cancelaciones de los pagos atrasados.

No se conoce si “La Aplicación” posee un fondo de deudas certificada por algún ente administrativo del Estado venezolano que garantice los pagos. La nula posibilidad de impago por los usuarios es sostenida por la Directiva Ejecutiva- Chief Executive Officer (CEO) de “La Aplicación” bajo el argumento de “buen pagador del público venezolano”. Tampoco se conoce cartera de morosidad certificada por instituciones del Estado.

De los términos y condiciones del contrato de servicios de “La Aplicación” pareciera prever la intermediación de la cartera de crédito no cobrado del comercio afiliado porque podría a su discreción, transferirla, cederla o negociarla con terceros. En este caso, suscribiría en representación del acreedor insatisfecho cualquiera de los documentos que fuere necesario con la finalidad de facilitar o perfeccionar las cesiones de créditos a terceros con respecto a la legislación ordinaria o requisitos impuestos por las regulaciones de mercado de capitales particularmente la normativa aplicable para los programas de financiamiento por operaciones de factoring u operaciones de Emisión de Certificados de Financiamiento Bursátil incluyendo darse por notificada de las cesiones realizadas en representación del vendedor insatisfecho del cambio de titularidad de los acreedores.

5. Cesión de crédito comercial

La cesión de créditos y otros derechos *consiste en sentido amplio en el acto entre vivos en virtud que un nuevo acreedor sustituye al anterior en la misma relación obligatoria. En sentido restringido se entiende al contrato que el cedente se obliga a transferir y garantizar al cesionario el crédito que tiene frente a un tercero o cedido en contraprestación de un pago. Este contrato es una especie de género venta sometido a las reglas generales de ésta que le sean aplicables*²².

Se agrega la disposición concerniente contenida en el Código de Comercio en el artículo 150; estableciéndose que la cesión o transmisión de derechos y documentos mercantiles no constituidos a la orden del beneficiario se hará en la forma y efectos previstos en el Código Civil. Los documentos a la orden se harán por endoso en la forma y con los efectos establecidos en el Código Comercio; las de los documentos al portador con la entrega de éstos. La disposición respectiva está prevista en el Código Civil en el artículo 1549, y siguientes. La venta o cesión de un crédito, de un derecho o de una acción son perfectas, y el derecho cedido se transmite al cesionario desde que haya convenio sobre el crédito o derecho cedido y el precio, aunque no se haya hecho tradición, esta última se concreta con la entrega del título que lo justifica.

²² Sala de Casación Civil. Sentencia n° 142. 10.03.2023. (caso: Inversiones Mister Bread, C.A. contra Desarrollos 33, C.A. y otra) Ponente: José Luis Gutiérrez Parra

Quien sea titular de un crédito podrá ceder o vender dicho crédito transmitiendo el derecho a exigir el cumplimiento de la prestación debida. En consecuencia, la cesión de crédito es un contrato de venta, con todos sus efectos y obligaciones respectivas. Existen ciertas particularidades; pues en este contrato nos vamos a encontrar con un vendedor-cedente sustituido por un comprador-cesionario y al deudor de una obligación originaria que continúa siendo el mismo. Si bien, la cesión no requiere el consentimiento del deudor para poder transferir la propiedad del crédito, pero debe ser notificado.

La cesión del crédito supone tan sólo la transmisión a un tercero de la titularidad activa de la relación obligatoria, mientras que la posición pasiva, continúa inmutada entre los primigenios sujetos. *La relación contractual permanece siempre con el deudor, pese a la cesión, entre los primitivos contratantes porque la transferencia al cesionario de la posición de acreedor no altera en forma objetiva los débitos del cedido a los que sólo imprime un cambio de dirección subjetiva en su cumplimiento, no produciendo nuevas obligaciones respecto al cesionario, ni supone que el cedido venga obligado a cumplir en caso de que el cedente no cumpla los débitos a su cargo.*

Resulta indiferente al deudor cedido quien le sea en concreto el acreedor, no haciendo falta su asentimiento para la eficacia de la misma²³ siendo suficiente la notificación de la cesión. Como caracteriza al contrato, y más aún en el ámbito comercial el establecimiento del precio de la cesión constituye el elemento fundamental que es parte del consentimiento entre el cedente y cesionario para perfeccionarlo.

De los términos y condiciones del contrato de “La Aplicación” no se establece concretamente la forma de cálculo del precio o valor de la cesión de las facturas, órdenes de compra y cuotas, sean a plazo vencido o por vencer. Quedaría autorizada “La Aplicación” para suscribir en representación del usuario o comercio afiliado los documentos necesarios con la finalidad de facilitar o perfeccionar tales cesiones de crédito; se daría a entender que se prevé la condición de representante acreedor con la finalidad de suscribirlas, pero no la calidad de cesionario de la deuda del acreedor.

6. Factoring

Constituye en una operación propia del sistema bancario: una empresa cede un crédito (factura o derecho de cobro) a una entidad financiera o factor a cambio de abonar una cantidad de dinero. Es un contrato de cesión de derechos, facturas o documentos a un tercero que se encargaría del cobro descontando o haciendo un pago anticipado

²³ Ángel Cristóbal Montes.” Cesión de contrato en el Derecho venezolano”. Revista del Ministerio de Justicia

del monto de la deuda al acreedor asumiendo el riesgo de insolvencia y convirtiendo las ventas a corto plazo en ventas al contado. Es un recurso financiero que permite a las empresas obtener liquidez de manera rápida y eficiente pues pueden utilizar las facturas por cobrar como garantía para acceder a financiamiento sin necesidad de esperar el pago tradicional de sus clientes. El factor asume el riesgo de impago por el emisor de la factura cobrando a cambio una comisión o porcentaje del valor nominal de las mismas.

7. Certificados de financiamiento bursátil

Son valores diseñados por las casas de bolsas, que no son objeto de oferta pública presentado por el cedente, que produce o comercializa diversos productos con fundamento a pedidos, órdenes de compra, facturas, recibos que le cede o adquiere un financista o inversionista, mediante una operación bursátil los derechos de crédito derivados de su actividad comercial representados en instrumentos de financiamiento bursátil distintos conforme a los términos contractuales definidos por las partes.

El deudor del cedente se denomina deudor cedido cuya obligación se transfiere al financista. Estos valores son negociados en el mercado de otros bienes que es un segmento del mercado bursátil que se desarrolla en las bolsas de valores distintos. Correspondría a las casas de bolsas que realizan esta clase de productos bursátiles y los ofrezcan a los inversionistas fungir como representantes de éstos en la gestión de cobro ante el cedente y el deudor cedido según el caso.

Las casas de bolsa que estructuren Certificados de Financiamiento Bursátil, deben comprobar la existencia y la adecuada propiedad de las facturas y otros bienes, cedidos por el cedente, que deben estar vigente y no tener un vencimiento mayor a ciento ochenta días. Ante cualquier situación que afecte los derechos e intereses de los inversionistas, las casas de bolsa deberán implementar las gestiones necesarias frente al cedente y deudor cedido, según sea el caso a efectos de resarcir los derechos e intereses de los inversionistas.

Conforme a los términos y condiciones de “La Aplicación” se daría a entender que éste fungiría como intermediario entre el cedente y el financista o inversionista. Le correspondería a la casa de bolsa corroborar la existencia o vigencia de las facturas, recibos y otros del deudor cedido; por ello implementan las gestiones necesarias que afecten los derechos e intereses de los inversionistas frente al cedente y deudor cedido.

CONCLUSIÓN

Los parámetros del análisis de la compraventa como base del intercambio comercial se han visto modificados sustancialmente por el “derecho del consumidor” siendo el consumidor la finalidad del proceso productivo. El concepto tradicional de comprador concebido desde la perspectiva civil o comercial es superado desde el ámbito del consumo; haciendo énfasis como el derecho de cualquier persona particularmente natural de disfrutar y adquirir servicios y bienes que ofrece el mercado sin restricción alguna en principio, ni distorsiones en la percepción de carácter publicitario.

La principal restricción en la adquisición en los bienes y servicios del mercado venezolano resulta ser la falta de capacidad adquisitiva del consumidor en general para cancelar el pago de las compraventas al contado aunado a las limitaciones del sector bancario de otorgar financiamientos sea por cuestiones operativas propias de la banca relacionadas con el riesgo crediticio de los consumidores o ámbito público cuando el Estado restringe el crédito como mecanismo de enfrentar la inflación a través del aumento del límite de la tasa de interés comercial o encaje legal bancario.

El desarrollo de aplicaciones o plataformas informáticas que promueven la demanda comercial abarcando las innovaciones Fitech- Startups Fitech, en sus distintas modalidades desde la tradicional venta a plazos con financiamientos o no, hasta las modalidades Buy Now Pay Later o Scalapay ha colocado a disposición del consumidor nuevas alternativas de adquisición de bienes y servicios.

En el caso venezolano; si bien estas aplicaciones tecnológicas por lo general se promueven como agentes financieros —aunque en los contratos niegan esta condición— de financiamientos sin interés; esta aseveración obedece más a una estrategia publicitaria. Realmente el supuesto financiamiento lo otorga el comerciante o proveedor del servicio al consumidor no en virtud de un préstamo —aunque en otra modalidad pudiese existir— sino por un diferimiento de los pagos a través de cuotas, letras o plazos a un tiempo determinado sin aportes monetarios de las aplicaciones informáticas.

A vez la invocación del financiamiento sin interés resulta absurdo porque todo pago no al contado sino diferido tiene un costo comercial determinado por la tasa de interés que el comerciante difícilmente renunciaría; buscando instintivamente sobre cargar este beneficio en el precio del producto en consecuencia encareciéndolo; ha llevado a denominar “intereses ocultos”. El comerciante podría verse forzado a emplear el mecanismo de pago sin intereses por necesidades de costo particularmente en el almacenamiento del inventario que tiene incidencia en el precio del producto.

La interacción con respecto a las plataformas o aplicaciones informáticas de pago diferidos o a plazos establece prácticamente una relación obligacional entre éstos

con el proveedor y consumidor que lleva a considerar nuevos parámetros en la consecución de las transacciones de compra-venta en comercio; particularmente éstas tienen un rol principal de administrador de las cancelaciones de los pagos a plazo o diferidos.

Es de observar que estas aplicaciones tienen una carga publicitaria de impacto que efectivamente influyen en el comportamiento del consumidor en una coyuntura general de restricción del poder adquisitivo y limitaciones en el otorgamiento de los mecanismos de crédito tradicionales particularmente bancario. Esto pudiese conllevar a un efecto nocivo en el comercio al promoverse un consumo irresponsable con incidencia en la insolvencia del consumidor que pudiese originar una acumulación de deudas; aunado a esto estas aplicaciones usan mecanismos indexación de los pagos a plazos por la cuenta “multimoneda” —que no es pago de intereses— considerando la fluctuación de la divisa de referencia al aumento. Sin embargo, estas aplicaciones o plataformas alternativas de pago a plazos han llegado para quedarse en esta nueva dimensión informática del comercio.

BIBLIOGRAFÍA

Texto

- Acosta Tobon, Alberto. “Mercadeo”. Curso Básico de Administración de Empresas. Grupo Editorial Norma. Barcelona. España. 1996
- Aguilar Gorrondona, José Luis. “Contratos y Garantías (Derecho Civil IV). Caracas. Universidad Católica Andrés Bello. 1992.
- Ascarelli, Tilio. “Derecho Mercantil”. Biblioteca Jurídica. México DF. Distribuidora Porrúa Hnos y Cia. 1940
- Galbraith, John Kenneth. “El dinero”. Barcelona-España. Ediciones Orbis. 1983.
- Garay, Juan. “Código de Comercio”. Caracas. Librería CIAFRE, 1999.
- Goldschmidt, Roberto. “Curso de Derecho Mercantil”. Caracas. Ediar Venezolana SRL. 1979
- Helmer Campaz Ordoñez, Rincón Soto y Solano. “Tratamiento contable de la cartera bajo aplicación NIIF del software contable: un estudio descriptivo en la ciudad de Cali, Colombia”. Criterio Libre N.º 31. Universidad Libre Bogotá (Colombia). Junio-diciembre. 2019.
- Melich Orsini, José. “El pago”. 2º edición actualizada y ampliada. Serie Estudios N° 86. Caracas. Academia de Ciencias Políticas y Sociales. 2010.
- Montes. Ángel Cristóbal.” Cesión de contrato en el Derecho venezolano”. Revista del Ministerio de Justicia

Morlés Hernández, Alfredo. “Curso de Derecho Mercantil”. Caracas- Universidad Católica Andrés Bello. 1998.

Landáez Otazo, Leoncio. “La tarjeta de crédito”. Caracas. Editorial Sentido. 1998.

Vivante, Cesar. “Derecho Mercantil”. México. Tribunal Superior de Justicia del Distrito Federal. Dirección de Análisis de Jurisprudencia y Boletín General. 2002.

Jurisprudencia

Sala de Casación Civil. Sentencia N° 745. Fecha: 28-11-2012. (caso: Venta, Alquiler, Servicios y repuestos de Maquinaria Pesada, C.A. (VASE,CA) contra Reparaciones Eléctricas, Mecánicas, Industriales, Navales, C.A. (REMICA). Ponente: Yris Armenia Peña Espinoza.

Sala Político Administrativa. Sentencia N° 0067. Fecha: 04-13-2020. (caso: Taller Pinto Center, C.A. interpone demanda por cobro de bolívares con solicitud de medida cautelar de embargo preventivo contra la Compañía Anónima Electricidad del Centro (ELEC-CENTRO)). Ponente: María Carolina Ameliach Villarroel.

Sala Constitucional. *Sentencia Nro. 830. 11-05-2005, (caso: Constructora Camsa C.A., ratificada a través de la decisión Nro. 537. 08.04. 2008, caso: Taller Pinto Center).* Ponente: Pedro Rafael Rondón Haaz.

Sala de Casación Civil. Sentencia RC 313. Fecha: 27-04-2004. (caso: Un Trock Constructora C.A.) Ponente: Franklin Arrieche.

Sala de Casación Civil. Sentencia RC 03-068. Fecha: 24-05-2004. (caso: Bazar El Caminante, C.A., contra Maquintex Import, c.a.) Ponente: Antonio Ramírez Jiménez.

Sala de Casación Civil. Sentencia n° 142. 10.03.2023. (caso: Inversiones Mister Bread, C.A. contra Desarrollos 33, C.A. y otra) Ponente: José Luis Gutiérrez Parra.

Artículos periodísticos

Acedo, Fernando. ¿Qué es una línea de compra? Centro de ayuda Cashea. <https://intercom.help/cashea/es/articles/6195516-que-es-una-linea-de-compra>. Fecha de revisión: 03-02-2025.

Acedo, Fernando. ¿Cómo se calcula la línea de compra? Centro de ayuda Cashea. <https://intercom.help/cashea/es/articles/8526397-como-se-calcula-la-linea-de-compra>. Fecha de revisión: 03-02-2025.

Frangie Mawad , Tony.(2024, 10, 03) “Como el colapso del crédito del crédito en Venezuela disparó la fintech Cashea”. *caracaschronicles.com*. <https://www.caracaschronicles.com/2024/10/03/after-venezuelas-credit-crunch-cashea-a-bnpl-app-is-booming/?lang=es>

Lobo, Robert. Pequeño comerciante explica por qué Cashea no es viable: solo funciona para grandes empresas. 2001. Live. 15-03-2025. <https://2001online.com/servicios/pequeno-comerciante-explica-por-que-cashea-no-es-viable-solo-funciona-para-grandes-empresas--202531310400>.

Muscatelli, Natalia “Cuotas vs. contado: las diferencias que deberían mostrar los comercios”. Clarín. 28/01/2017 19:01/ Actualizado al 28/01/2017 19:01

Ostrow, Teddy . ¿Es el “compra ahora, paga después” una trampa para jóvenes? DW. Economía. 18.08.2022.

Rivera, Selene. “El negocio de Cashea. ¿Qué gana como intermediario de compra? 2001. Live. 04.02.2025. <https://2001online.com/servicios/el-negocio-de-cashea-que-gana-como-intermediario-de-compra>. Fecha de revisión: 03-02-2025.

Saltos Yasmely. Así puede volverse aliado de Cashea: conoce las comisiones. 2001. Live. <https://2001online.com/servicios/asi-puede-volverse-aliado-de-cashea-conoce-las-comisiones> 202531317100