



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**FORMALIZACIÓN DE NORMATIVA DE
COMERCIALIZACIÓN EN INSTAGRAM
PARA SOCIEDADES MERCANTILES**

Autor: De Barros Figueredo, Anyela B.

San Diego, Abril de 2018



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
ESCUELA DE DERECHO
COORDINACIÓN DE PASANTÍAS**

**FORMALIZACIÓN DE NORMATIVA DE
COMERCIALIZACIÓN EN INSTAGRAM PARA SOCIEDADES
MERCANTILES**

Autor:

De Barros Figueredo, Anyela B.
C.I. V-25.090.923

Tutor:

Abg. Zhonia Vivas

San Diego, Abril de 2018



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
ESCUELA DE DERECHO
COORDINACIÓN DE PASANTÍAS**

**FORMALIZACIÓN DE NORMATIVA DE COMERCIALIZACIÓN EN
INSTAGRAM PARA SOCIEDADES MERCANTILES**

CONSTANCIA DE APROBACION

Nombre, firma y cédula de identidad del Tutor Académico

Nombre, firma y cédula de identidad del Jurado 1

Nombre, firma y cédula de identidad del Jurado 2

AUTOR: De Barros Figueredo, Anyela B.

San Diego, Abril de 2018

Dedicatoria

A Dios quien es uno de los principales pilares de mi vida, por haberme permitido llegar hasta este punto siendo mí guía y mi camino en cada paso, por llenarme siempre de fuerza y fe para poder seguir adelante sin importar que obstáculos se presenten, demostrándome que junto a él todo es posible. Mis padres Antonio y Alba quienes son mi más grande inspiración, ellos son los que me han enseñado que las cosas que se quieren solo se pueden conseguir si se trabaja duro para ello con empeño y dedicación; mi tía Martha, mi segunda mamá, quien me ha cuidado y consentido desde que tengo memoria, su amor siempre ha sido inmenso para conmigo, siempre ha estado para mí y me ha educado y enseñado valores y principios como la humildad y el respeto.

También quiero dedicar este trabajo a una de la persona más importante e indispensable en mi vida, mi hermana Albany, ella es mi ejemplo a seguir, mi motivación para todas las cosas que me propongo hacer, pues ella es la viva imagen de la excelencia, siempre me ha mostrado que el trabajo y el conocimiento es algo irremplazable, me ha enseñado que la dedicación y el esfuerzo es lo que me puede llevar a lograr grandes cosas; por último, pero no menos importante, dedico mi trabajo de grado a mi novio Luis quien desde que está a mi lado ha sido mi apoyo, mi roca, quien me motiva y ayuda a levantarme siempre, es la persona que me ha enseñado a creer en mí, en lo que soy y en lo lejos que puedo llegar a ser si así lo deseo.

Agradecimientos

La gratitud no tiene límites, es permanente y eterna. Por ello agradezco primeramente a Dios por todas las bendiciones que ha puesto en mí camino. Mis padres Alba y Antonio y mi tía Martha, quienes siempre han estado allí motivándome para cumplir cada una de las metas que me he propuesto; mi hermana Albany quien siempre ha sido y siempre será mi fuerza, mi guía y mi ejemplo a seguir para todo lo que haga, quien me ha enseñado el valor del esfuerzo y la dedicación.

Quiero agradecer a la Universidad José Antonio Páez por abrirme sus puertas para el desarrollo de mis estudios, en especial a todos los profesores que en ella laboran, quienes forjaron en mí grandes valores y me entregaron sus conocimientos y experiencias en este tiempo transcurrido; me enseñaron que el camino apenas empieza, y que el aprendizaje nunca termina. A la profesora Zhonia Vivas quien supo dedicar su tiempo y paciencia lo cual significo mucho para poder desarrollar este trabajo, también agradezco a mis jurados los abogados Maria Afamador y Fernando Guevara quienes hicieron un gran aporte en el desarrollo de la investigación con sus respectivas correcciones para poder obtener un trabajo de excelencia.

Por último, pero no menos importante, quiero agradecer a mi novio Luis quien estuvo conmigo en cada paso desde el inicio de este trabajo, me motivo a seguir adelante siempre sin importar las dificultades que se presentaran, el apoyo, las fuerzas, los consejos y los buenos deseos a lo largo de mi investigación fueron de mucha ayuda para continuar y cumplir con esta meta.

ÍNDICE

	P.p.
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTOS.....	v
RESUMEN.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	1
 CAPÍTULO	
I EL PROBLEMA	
Planteamiento del Problema.....	4
Formulación del Problema.....	8
Objetivos del Estudio.....	8
Objetivos General.....	8
Objetivos Específicos.....	8
Justificación del Estudio.....	9
Limitaciones del Estudio.....	11
 II MARCO TEÓRICO	
Antecedentes del Estudio.....	13
Bases Teóricas.....	17
Bases Legales.....	20
Definición de Términos Básicos.....	23
 III MARCO METODOLOGICO	
Tipo de Investigación.....	25
Diseño de la Investigación.....	26
Fases Metodológicas.....	26
 IV RESULTADOS, CONCLUSION Y RECOMENDACIONES	
Resultados.....	28
Conclusiones.....	33
Recomendaciones.....	34
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	36



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
ESCUELA DE DERECHO
COORDINACIÓN DE PASANTÍAS**

**FORMALIZACIÓN DE NORMATIVA DE COMERCIALIZACIÓN EN
INSTAGRAM PARA SOCIEDADES MERCANTILES**

Autor: De Barros Figueredo, Anyela B.

Tutor Académico: Abg. Zhonia Vivas

Fecha: Abril 2018

RESUMEN

Las redes sociales en la actualidad forman parte fundamental de la sociedad, a través de ellas las personas se mantienen en constante comunicación, ya que publican un sin fin de información, y por sobre todo compran y venden productos, puesto que es la forma más fácil, factible y rápida de conseguir lo que necesitan. La red social instagram es actualmente la más utilizada para la promoción y venta de productos, es la que tiene mayor auge, aunque la forma en que las personas comercializan productos en dicha red, no es la más adecuada ya que en su mayoría son personas naturales que no cumplen con ninguna de las obligaciones que la ley impone para llevar a cabo la actividad del comercio; por ello la problemática de esta investigación se basa en la necesidad de llevar a cabo la formalización de una normativa que imponga deberes y derechos, que guíe a los empresarios que desean comercializar a través de la red social instagram, y regule y controle a las personas naturales que sin cumplir con ningún tipo de obligación intenten comercializar mercancía de igual forma. El trabajo de grado está desarrollado en una investigación tipo documental descriptiva; ya que se basa en una búsqueda de recopilación de información, indagación e interpretación, al igual que señala y determina condiciones, causas y consecuencias. La formalización de una normativa que regule y controle la comercialización en instagram es una ayuda para las Sociedades Mercantiles y de hecho que se quieran adentrar en el mundo de las redes sociales con la finalidad de obtener mejores resultados en promoción y ventas de productos, estar más al alcance de los usuarios y ser conocidos como compañía a través de la misma, obteniendo así una mejora en economía y publicidad.

Descriptor: redes sociales, instagram, comercialización, sociedad, compañías, reglamento, normas.

INTRODUCCIÓN

El artículo 10 del Código de Comercio Venezolano define al comerciante como todo aquel que ejerza el comercio habitualmente, teniendo capacidad legal para ello; con ello se refiere a que debe estar inscrito en el Registro Mercantil, bien sea por su cuenta, mediante Firma Personal, o asociado. Cabe mencionar que la Constitución Nacional en su artículo 112 también permite la libertad del comerciante, pero dejando en claro que deben cumplir con las diferentes obligaciones que las leyes le imponen para considerarse legalmente como comerciante.

Los nuevos comerciantes o empresarios se encuentran con muchos retos a la hora de iniciar una Sociedad Mercantil, dentro de estos retos, el primero que se encuentra es el tratar de darle forma legal a la empresa o compañía que están por iniciar, además de eso, también está la forma de conseguir a los usuarios correctos de acuerdo a la mercancía que esta vende. En la actualidad llevar a cabo una empresa o compañía de forma física cuesta mucho más que en el pasado ya que las personas viven en constantes ocupaciones, y la mayoría opta por comprar a través de las redes sociales por ser lo que está más a su alcance en el día a día.

Actualmente aunque existe la regularización por parte de los organismos correspondientes hacia las redes sociales en general, sigue existiendo un vacío muy grande, por lo que una red social como instagram no cuenta con el suficiente control y regularización para generar confianza hacia los usuarios que la utilizan, bien tanto las personas naturales como jurídicas.

Se emplea la formalización de una normativa, de un tipo de reglamento, que va a permitir regular, es decir, le va a generar a las empresas como personas jurídicas y a las personas naturales, derechos y obligaciones en cuanto al uso de la red social instagram para la comercialización.

Es importante recordar a las personas naturales que para ser considerada por el Estado como una Sociedad Mercantil, bien como compañía o empresa debe cumplir con una serie de obligaciones, pues así lo determinan las leyes venezolanas, algo que es importante y no debe ser olvidado solo por el hecho de que existe la facilidad de hacerlo a través de redes sociales sin ningún tipo de obligación ni sanción establecida en un reglamento.

Capítulo I. En el mismo se plantea el problema en cuestión; el cual se presenta en la comercialización de productos a través de las redes sociales, específicamente instagram, cuando las personas tanto naturales como jurídicas desean tener la mismas condiciones en materia de promoción y venta de mercancía; ya que al querer introducir una empresa a la comercialización en redes sociales se genera una desconfianza en los usuarios, pues el Estado no cuenta con un sistema que filtre a las personas naturales que no cumplen con las obligaciones respectivas para comercializar como se debe bajo las restricciones que imponen las leyes.

Capítulo II. Se destacan en el mismo, los antecedentes de investigaciones ya realizadas, relacionadas con la presente investigación, así como también se desarrollan las bases teóricas en función a los conceptos más resaltantes desde el punto de vista de autores, igual se hace mención en el mismo del ordenamiento jurídico, todo en cuanto a bases legales, y se concluye el capítulo con la definición de términos básicos.

Capítulo III. El siguiente capítulo desarrolla las fases metodológicas donde se especifica el propósito de la investigación y el plan de desarrollo para cumplir con los objetivos planteados; describiendo la investigación como tipo documental descriptiva, siendo esta la metodología utilizada con la cual se analiza el problema planteado, para obtener los resultados esperados y conseguir soluciones efectivas.

Capítulo IV. A través del último capítulo se presentan los resultados de las fases u objetivos planteados dentro de la investigación a raíz de la problemática, obteniendo las conclusiones y presentando las recomendaciones para obtener mejores beneficios de la presente investigación.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

En la actualidad, la crisis económica afecta a todos los países del mundo, algunos más que a otros, y Venezuela no es la excepción, uno de sus principales efectos, es el desempleo, el cual se ha ido incrementando en los últimos años, generando así una gran cantidad de personas desempleadas que da como resultado un desequilibrio a nivel económico. La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) estableció en su Título III. De los Derechos Humanos y Garantías, y de los Deberes, en su Capítulo VI. De los Derechos Económicos.

Artículo 112. Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país.

Debido a que cada vez se dificulta conseguir un empleo o ser contratado en una empresa, las personas desempleadas buscan diversas formas de generar ingresos para su propio sustento, ya que la economía ha sido muy cambiante y se han visto en

la necesidad de crear ideas funcionales para obtener un beneficio lucrativo que ayude a mantenerse económicamente, una de las áreas mayormente abarcadas en la generación de ideas para nuevos proyectos es la comercialización.

Según lo citado por Francisco Gómez Rondón: La comercialización se refiere a la compra-venta de bienes y servicios, que serán utilizados en la fabricación de otros bienes, o servicios. El comercializar se considera la forma más efectiva para obtener ingresos de forma eficaz y controlada; la comercialización se forma a través de acciones con la finalidad de comprar y vender mercancía, para lograr satisfacer a un conjunto de usuarios que forman parte de la sociedad.

Dentro de las múltiples ramas del Derecho, el Derecho Mercantil, es aquella dedicada a regular las relaciones entre las personas, los contratos y las acciones de comercio. Forma parte del Derecho privado e incluye a todas las normas vinculadas a los comerciantes en referencia al desarrollo de sus labores. A nivel general, podría decirse que es la rama del derecho que ejerce la regulación sobre el ejercicio de las actividades comerciales.

Las Compañías Anónimas son el tipo de Sociedad Mercantil usualmente empleada en Venezuela y actualmente muchos de los nuevos empresarios que desean entrar en el mundo del comercio a través de este tipo de sociedad mercantil, le parece más factible el poder tener mejores resultados en ventas a través de las redes sociales, específicamente en instagram; ya que en la actualidad la tecnología juega un papel fundamental en la vida cotidiana de las personas, y esta red social en los últimos años ha tenido gran auge en el mundo entero, y sobretodo en las personas que buscan emprender una empresa, pues en estos tiempos es la mejor forma de tener contacto con los usuarios y obtener un mejor resultado en cuanto a interacción con el público, ventas y crecimiento económico.

La comercialización en los últimos años, de insumos, víveres, servicios y demás productos a través de los medios electrónicos como las páginas web y las apps, han sido tendencia a nivel mundial; y Venezuela, un país en desarrollo, en pleno siglo XXI no se ha escapado de esto, y en vista de los problemas de escasos trabajos las personas para buscar sus propios ingresos recurren a vías electrónicas siendo lo que tienen más a su alcance, y de fácil acceso, como lo es, la red social más popular en la actualidad "INSTAGRAM" una APP creada para contenidos visuales.

La red social Instagram es una aplicación que actúa como red social, la cual permite a sus usuarios subir cualquier tipo de fotos y videos. Bien hay que tomar en cuenta las desventajas que se presentan al querer comercializar a través de una red social, pues las actualizaciones, la gran cantidad de estafadores y por sobretodo la cantidad de personas naturales que implementan el mismo método de comercialización sin tener ningún tipo de sociedad mercantil o de hecho, ni cumplir con ningún tipo de obligaciones establecidas en las leyes venezolanas. La Ley Orgánica de Telecomunicaciones tiene como objeto establecer el marco legal para la regularización de las telecomunicaciones, haciendo referencia este término a la comunicación a distancia, englobando gran cantidad de tecnologías como radio, televisión, teléfono, comunicaciones de datos y redes informáticas como internet; con la finalidad de garantizar la comunicación y las actividades económicas, sin más limitaciones que las derivadas de la mencionada ley y la Constitución Nacional.

Como es mencionado anteriormente, todas las personas bien sea naturales o jurídicas tienen por igual derechos y deberes que deben cumplir; los cuales están regidos por diferentes leyes según sea el caso. Actualmente en Venezuela a pesar de tener las mismas restricciones las empresas y las personas naturales, estas últimas no cumplen a cabalidad con todos los parámetros exigidos por la ley, lo cual genera un efecto negativo en el mercado, ya que al querer introducir una empresa a la comercialización en redes sociales se genera una desconfianza en los usuarios, pues

no existe un sistema por parte del Estado que filtre las personas que no cumplen con todas las normativas necesarias para este tipo de comercio online, y tampoco se cuenta con la tecnología necesaria para la verificación de las cuentas, lo cual genera una cantidad de personas creando empresas sin seguir ningún tipo de reglamento y empresas ficticias que no cumplen con los requerimientos necesarios de la ley.

Actualmente existen diversas cantidad de leyes creadas con los fines de regular o controlar las conocidas redes sociales, entre estas podemos mencionar, La Ley de Telecomunicaciones, Ley Social de Radio, Televisión y Medios Electrónicos y La Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación, entre otras; aun con la existencia de esta diversidad de leyes todavía en la actualidad no se encuentra de forma expresa la regulación específica en leyes de la conocida red social instagram, simplemente existe la regulación y el control de esta como una red social más. Al no conseguir ley o reglamento que haga mención de esta red social de forma individual, tampoco existe regulación de las personas naturales y jurídicas que forman parte de ella lo que se considera que viene siendo una desventaja.

La problemática en esta investigación se basa en la necesidad de llevar a cabo la formalización de una normativa que guie a los empresarios que desean comercializar a través de la red social instagram, un instrumento que regule y controle a las personas naturales que sin cumplir con ningún tipo de obligación establecida en las diversas leyes, intenten comercializar mercancía de esta forma; pues también se busca que exista un procedimiento para las compañías anónimas legalmente constituidas que deseen empezar a comercializar su mercancía a través de la red social instagram para contar con las ventajas que esta pueda tener. Debe existir una regulación para que esta red social tan ventajosa para que los empresarios y usuarios le puedan sacar gran provecho de una manera adecuada, correcta y legal.

Formulación del Problema

Mediante la revisión de la problemática antes señalada, se determinó la necesidad de formalización de una normativa con el fin de regularizar y controlar; un estudio que condujo al tema en interés titulado: Formalización de normativa de comercialización en instagram para sociedades mercantiles, a través de la cual se responderá la siguiente interrogante:

¿Cuáles serían las normas a implementar para la comercialización de Sociedades Mercantiles en la red social instagram?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar la posibilidad de una formalización de normativa de comercialización en instagram para Sociedades Mercantiles.

Objetivos Específicos

1. Definir un listado con los requisitos para la constitución de Sociedades Mercantiles de tipo Compañía Anónima en Venezuela.
2. Determinar las condiciones para la creación de un perfil o identificación de una Sociedad Mercantil tipo compañía anónima en la red social instagram.
3. Formalizar la descripción de una normativa sobre el uso de la red social instagram para las Sociedades Mercantiles.

Justificación del Estudio

La presente investigación se encuentra centrada en la formalización de una normativa que permita informar sobre la comercialización de las Sociedades Mercantiles dentro de las redes sociales, específicamente en la red social instagram, la cual está enfocada en los contenidos visuales, y por lo tanto se ha vuelto con el transcurso de los años una red de gran utilización para las personas que conforman la sociedad; se debe hacer referencia a que ha sido una de las redes sociales que se ha posicionado progresivamente como una plataforma de comunicación y publicidad altamente rentable.

Son muchas las situaciones con respecto a este tema que no se encuentran previstas en ningún instrumento normativo, lo que conlleva a una cantidad de situaciones que desfavorecen a las sociedades mercantiles y de hecho que desean comercializar su mercancía a través de esta red social denominada instagram. Una de las principales problemáticas, es el caso de la cantidad de personas naturales que se posicionan en la red social como nuevos empresarios sin serlo, es decir, las personas que sin cumplir con ningún tipo de obligación legal comercializan mercancía a través de esta red social, disminuyéndole las oportunidades a las empresas y compañías realmente constituidas como sociedad mercantil.

Por esta razón, existe la necesidad de generar mayor conocimiento tanto para los empresarios como para los usuarios que utilizan de manera cotidiana la red social instagram, a fin de llevar a cabo la compra de productos que satisfagan los requerimientos de cada consumidor. La descripción de esta normativa es simplemente el primer paso para su desarrollo; falta todavía la creación, ejecución y práctica por parte de los organismos correspondientes y usuarios que deseen estar en legalidad con respecto a todo lo relacionado con el tema de comercialización en redes sociales,

pudiendo al final convertirse en un instrumento normativo de gran utilidad para las personas naturales y las sociedades mercantiles y de hecho.

Cabe destacar que, la inquietud de investigar a fondo sobre éste particular, es con la finalidad de pretender dar una propuesta de solución para esa disputa entre las empresas que desean comercializar su mercancía en la red social instagram, y las personas naturales que emplean el mismo método sin la debida acreditación, y sin el cumplimiento de las obligaciones necesarias para llevar a cabo una actividad económica que le genere una remuneración.

Esperando que una vez logrados todos los objetivos puntualizados, pueda esta formalización de normativa ser una opción en futuro cercano para dar una pequeña solución en cuanto a este tema de gran relevancia en la actualidad; en el sentido que se pretende explicar de forma directa y precisa los efectos que se derivan del poco control existente en la regularización de las Sociedades Mercantiles de tipo Compañía Anónima que, desean, o comercializan su mercancía en la red social instagram, y las personas naturales que utilizan el mismo modo de comercialización que estas.

Por otro lado, es un aporte académico para la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas de la Universidad José Antonio Páez, siendo por ello una contribución meritoria para su producción intelectual y prestigio institucional. Así mismo, se estima que la investigación es un significativo aporte para quienes se interesen por investigar y profundizar en un tema de gran relevancia en la actualidad.

Limitaciones de la Investigación

Una de las principales limitantes para la realización de esta investigación es el tiempo, ya que es a corto plazo, lo cual reduce el lapso de entrega de este informe de pasantías, ya que esta investigación para darle más efectividad y profundidad tendría

que realizarse con un poco más de tiempo, sin embargo se realizara el mayor esfuerzo para así exponer un trabajo efectivo y excelente que sea de utilidad

También cabe destacar que la no existencia de un trabajo investigativo previo para la ayuda de la investigación actual se convierte en otra de las limitantes para llevar a cabo la misma.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

Aspectos Generales

El marco teórico también llamado marco referencial o marco conceptual, es un conjunto de informaciones, investigaciones ya realizadas o cuerpo de ideas explicativas coherentes, viables, conceptuales y exhaustivas, armadas lógicamente y sistemáticamente para proporcionar una explicación envolvente pero limitada, acerca de las causas que expliquen la fórmula de un problema en la investigación, se puede citar los siguientes autores que hablan sobre el significado de marco teórico referencial. Según Hernández (2014), las siguientes son funciones que cumple el Marco teórico dentro de una investigación:

- Ayuda a prevenir errores que se han cometido en otros estudios.
- Orienta sobre cómo habrá de realizarse el estudio.
- Amplía el horizonte del estudio y guía al investigador para que se centre en su problema, evitando desviaciones del planteamiento original.
- Conduce al establecimiento de hipótesis o afirmaciones que más tarde habrán de someterse a prueba en la realidad.
- Inspira nuevas líneas y áreas de investigación
- Provee de un marco de referencia para interpretar los resultados del estudio

Lo anterior expuesto ayuda a la investigadora para realizar el presente Trabajo Especial de Grado de manera coherente, conceptual y sistemática, para que de esa forma se logre comprender las teorías por las cuales se ofrece una propuesta que sirva a las sociedades mercantiles, que desean el conocimiento necesario para tener una empresa que cumpla a cabalidad todos sus deberes, y que con esto pueda formar parte

de la red social instagram como compañía o empresa, ajustándose a las ventajas y desventajas que esta pueda generarle como tal.

Antecedentes de la Investigación

Refiriéndose a los antecedentes de la investigación, Tamayo y Tamayo (2012:146), dice: “Todo hecho anterior a la formulación del problema, que sirve para aclarar, juzgar e interpretar el problema planteado constituye los antecedentes del problema”. Para llevar a cabo la presente investigación, es necesario revisar trabajos realizados con anterioridad los cuales estén relacionados con las sociedades mercantiles y redes sociales, que a su vez, sirvan de sustento y aporten información que complemente este trabajo; en este sentido se presentan a continuación los estudios consultados:

Mejía (2012). *“Uso de las Redes Sociales como medio comercial”*. Trabajo que se realizó en la Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.

La investigación señalada anteriormente está basada en las redes sociales desde el punto de vista del comercio; el estudio se enfoca en las actitudes que toman los usuarios cuando una red social pasa de ser una red de interacción entre amigos y conocidos, a una red social de comercialización, convirtiéndose en un medio para promover y vender productos; el resultado del estudio se orientó en determinadas ventajas y desventajas que trae la promoción y venta a través de las redes sociales. La investigación llevada cabo arrojó un resultado, a través de un cuestionario realizado a un grupo de jóvenes de los cuales se obtuvo una respuesta positiva de la mayoría en cuanto al tema; gran parte de los encuestados consideran una ventaja el comercializar

por redes sociales, ya que estas actualmente son de uso masivo, gratuito, creativo, interactivo y fácil de manejar.

El antecedente mencionado fue de utilidad para el Trabajo de Grado que se presenta, ya que su enfoque forma parte del tema desde el punto de vista de las redes sociales y la importancia que ha tomado en la vida cotidiana en la actualidad; como también desde el enfoque de la promoción y venta de mercancía, es decir, la denominada comercialización en redes sociales.

Pérez (2013). *“La Sociedades Mercantiles y sus fundamentos Jurídicos: con énfasis en las Sociedades Anónimas”*; trabajo de investigación que se llevó a cabo en la Universidad Nacional Experimental de Guayana. Venezuela.

El antecedente señalado se enfoca en la descripción, estudio y comprensión legal de las sociedades mercantiles, tomando en cuenta sus diversas particularidades. En dicha investigación se abordó la clasificación de las Sociedades mercantiles de acuerdo a la normativa legal en Venezuela, haciendo énfasis en las Sociedades Anónimas por ser esta una de las más empleadas en la actualidad. Su Enfoque en cuanto a las Sociedades Anónimas se desarrolla haciendo un estudio desde el punto de vista legal y las diversas generalidades con la que esta cuenta.

Para el presente trabajo de grado es de gran importancia y utilidad el antecedente anteriormente expuesto, ya que es de gran ayuda para la recolección de información por el punto de vista que tiene la presente investigación, el trabajo tiene en parte un enfoque hacia los procesos constitutivos para las Sociedades Mercantiles más empleadas en Venezuela; como lo son las Compañías Anónimas.

Linares (2013), en su trabajo de grado titulado “*Influencia de las Redes Sociales en el comportamiento de compras por internet*”, realizado en la Universidad de Carabobo. Venezuela.

El Trabajo de investigación expuesto anteriormente como antecedente tiene como propósito fundamental analizar la influencia de las redes sociales en el comportamiento de compras por Internet. Se enmarco dentro de un proyecto enfocado en diseño de campo y como técnica para la recolección de datos se utilizó un cuestionario a una muestra de 384 personas, obteniendo una confiabilidad de 0,87%. Por ello, se concluyó que los consumidores no basan su decisión de compras por Internet en la publicidad de productos o servicios de redes sociales sino en los comentarios emitidos.

En relación con el Trabajo de Grado a realizar se destaca como en la actualidad es fundamental el cumplimiento a cabalidad de ciertas normativas que deben cumplir las sociedades mercantiles por medio de redes sociales, que a pesar de ser un mercado por internet, está basando en las opiniones de sus consumidores, los cuales esperan que la empresa siga los parámetros establecidos y cumpla con los requerimientos de los mismos para así poder satisfacer una necesidad.

Savini (2014) “*Impacto de las Redes Sociales en la empresa*”. Realizado en la Universidad de La Rioja. España.

Con el transcurso de los años las empresas han considerado que las redes sociales aunque tienen sus desventajas, resultan realmente beneficiosas en cuanto a estrategia de marketing, facilitan la promoción de productos y servicios estableciendo una conexión más cercana con los usuarios, ya que las redes sociales han sido una plataforma de comunicación que ha crecido y evolucionado de forma rápida, facilitando la comunicación entre las personas.

La utilización de redes sociales se ha vuelto la forma más eficaz y económica para la promoción de productos y servicios para las pequeñas y medianas empresas; es una plataforma que proporciona una manera cómoda para cubrir con las necesidades de los usuarios. Mantiene conexión el antecedente planteado con la investigación ya que el enfoque de esta es hacia los beneficios que las empresas constituidas como tal pueden obtener de la red social instagram desde el punto de la promoción y venta de productos.

Ramírez (2017). *“Libertad de Expresión y Responsabilidad Civil en el Uso de las Redes Sociales”*. Realizado en la Universidad de Costa Rica, Facultad de Derecho. Costa Rica.

Actualmente las redes sociales se han convertido en uno de los medios de comunicación más usados en el mundo, sobre todo cuando se habla del área empresarial, en la presente investigación se planteó la hipótesis de la necesidad de establecer un régimen de responsabilidad aplicable a los proveedores de redes sociales, para conocer bajo que supuestos deben responder y a cuáles no. La investigación arrojó como conclusión que la libertad de expresión, es decir, sus alcances y límites, no varían a pesar de que se ejerza por medio de las redes sociales.

El anterior antecedente sirve como sustento para la investigación a realizar, ya que no se puede hablar de la libertad de expresión, sin hacer mención a la de pensamiento, opinión e información. Las ideas y opiniones no tienen por objeto hechos, a diferencia de la información, por lo que están sujetos a la comprobación de la veracidad.

Bases Teóricas

Sociedad

El autor Osorio (1981) desde el punto de vista técnico jurídico, señala que la sociedad “es un ente creado por un acto voluntario colectivo de los interesados, en aras de un interés común y con el propósito de obtener ganancias o un fin lucrativo. Los socios se comprometen a poner un patrimonio en común integrado por dinero, bienes o industria, con la intención de participar en las ganancias.

Sociedades Mercantiles

Las Sociedades Mercantiles son agrupaciones de personas cuyo fin es la realización de actos de comercio y que para estar legalmente constituidas deberán regirse por las disposiciones del Código de Comercio al perseguir un fin lucrativo. La ley define la sociedad como un contrato. Modernamente, según sostienen algunos autores, la sociedad no es un contrato, sino un acuerdo o acto colectivo, porque le falta la oposición de intereses de las partes que caracteriza al contrato, ya que los intereses de los socios son por lo menos paralelos y por qué no siempre es necesaria la unanimidad.

Al respecto, el autor Alfredo Morles Hernández, nos dice: “La sociedad mercantil nace con el acuerdo de voluntades (contrato), como nacen con él las restantes convenciones de orden consensual, pero la personalidad jurídica sólo se adquiere con el cumplimiento de las formalidades indicadas en la Ley”. La sociedad mercantil se puede definir de la siguiente manera: “es sociedad mercantil la que existe bajo una denominación o razón social, mediante el acuerdo de voluntades de un grupo de personas llamadas socios, que unen sus esfuerzos y capitales para la

realización de un fin común de carácter económico con propósito de lucro”. Son dos o más personas que crean relaciones de obligación y patrimoniales mediante un trato unitario para la consecuencia de un fin común. Las sociedades mercantiles pueden constituirse bajo el régimen de capital fijo o de capital variable.

Organizaciones

Según Henri Farol, citado por Hall (1981:19), define a la organización como: “organizar un negocio es dotado con todo lo necesario para su funcionamiento: materias primas, herramientas, capital y personal”. Este autor reconoce que la organización se puede dividir en dos partes: organización material y organización humana.

De acuerdo con León (1985:68), “una organización es en el sentido más amplio, un acuerdo entre personas, para cooperar en el desarrollo de alguna actividad”. Este acuerdo puede ser informal ya que constituye una sociedad con base en la ley establecida formalmente con objetivos, estatutos, funciones y el número de sus directos.

Según Koontz y Weihrich (1999), define la organización como la identificación, clasificación de actividades requeridas, conjunto de actividades necesarias para alcanzar objetivos, asignación a un grupo de actividades a un administrador con poder de autoridad, delegación, coordinación, y estructura organizacional.

El concepto organización es un término de usos múltiples, para unas personas, incluye todas las tareas de todos los participantes. La identifican con el sistema total de relaciones sociales y culturales.

Redes Sociales

Según la definición ofrecida por Orihuela (2008:2), “generalmente, las redes sociales se consideran como servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto”. Las redes sociales son una estructura, una vía, un medio, que ayuda en la comunicación entre personas o instituciones; a través de estas se pueden establecer relaciones con diversas finalidades. Las redes son una forma novedosa de poder evolucionar, entrando en una forma de comunicación que rompe barreras de tiempo y espacio.

Las redes sociales no son sólo un juego para el encuentro inesperado y sorprendente, sino espacios virtuales organizados para desarrollar proyectos, integrar comunidades de otra forma, poner en pie servicios que de otra manera no existirían, tomar decisiones en tiempos complejos y proyectarse hacia el mercado global usando toda la potencia de la virtualidad. (Fernández, 2008). Fernández, asegura que “la ciencia de las redes supone la emergencia de nuevas áreas de conocimiento en busca de los profesionales que las pongan en juego, que las conviertan en servicios, en mercados, en ejercicios de ocio y esparcimiento, en estructuras de formación en redes aplicadas a los quehaceres más impensables en estos momentos. En una palabra, en procesos de virtualización que empiecen a ponerle músculos, órganos, piel, extremidades, a lo que hasta ahora amenaza con convertirse en un eslogan congelado: la economía del conocimiento.

Las redes suponen un contacto ilimitado y a tiempo real. Esto se consigue gracias a la interactividad, uno de sus rasgos más distintivos y novedosos. Antes de las redes sociales, las empresas y los medios no tenían prácticamente formas de poderse comunicar con su público y así conocer su opinión. Sin embargo, las redes permiten establecer un contacto mutuo entre emisor y receptor.

Instagram

La palabra instagram puede traducirse en español como "imágenes y videos" (gram) al instante (insta). Es una aplicación que actúa como red social ya que permite a sus usuarios subir cualquier tipo de fotos y videos, con la opción de aplicar diversos efectos fotográficos, como por ejemplo, filtros, marcos, similitudes térmicas, colores retro, o vintage, para compartirlas no sólo en Instagram, sino en Facebook, Twitter, Tumblr y Flickr.

La difusión viral es la capacidad que tienen las redes sociales para hacer que un contenido llegue a un gran número de personas de forma fácil y directa. Existen cantidad de videos o fotografías que se han hecho increíblemente conocidos gracias a clics en compartir.

Bases Legales

Desde este punto se puede señalar las diversas leyes que hacen mención en diversos capítulos sobre los derechos económicos, las sociedades mercantiles y las redes sociales. Entre estas tenemos:

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) estableció en su Título III. De los Derechos Humanos y Garantías, y de los Deberes, en su Capítulo VI. De los Derechos Económicos.

Artículo 112. "Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras

de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país”.

Artículo 118. “El Estado promoverá y protegerá las asociaciones solidarias, corporaciones y cooperativas, en todas sus formas, incluyendo las de carácter financiero, las cajas de ahorro, microempresas, empresas comunitarias y demás formas asociativas destinadas a mejorar la economía popular”.

Ley Orgánica del Código de Comercio

Artículo 200. “Las compañías o sociedades de comercio son aquellas que tienen por objeto uno o más actos de comercio. Sin perjuicio de lo dispuesto por leyes especiales, las sociedades anónimas y las de responsabilidad limitada tendrán siempre carácter mercantil, cualquiera que sea su objeto, salvo cuando se dediquen exclusivamente a la explotación agrícola o pecuaria. Las sociedades mercantiles se rigen por los convenios de las partes, por disposiciones de este Código y por las del Código Civil. Parágrafo Único: El Estado, por medio de los organismos administrativos competentes, vigilará el cumplimiento de los requisitos legales establecidos para la constitución y funcionamiento de las compañías anónimas y sociedades de responsabilidad limitada”.

Ley Orgánica de Telecomunicaciones

Artículo 1. “Esta Ley tiene por objeto establecer el marco legal de regulación general de las telecomunicaciones, a fin de garantizar el derecho humano de las personas a la comunicación y a la realización de las actividades económicas de telecomunicaciones necesarias para lograrlo, sin más limitaciones que las derivadas de las leyes y de la Constitución Nacional. Se excluye del objeto de esta Ley la regulación de contenido de las transmisiones y comunicaciones cursadas a través de los distintos medios de comunicaciones, la cual se regirá por las disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias correspondiente”.

Artículo 51. La Comisión Nacional de Telecomunicaciones debe periódicamente cuantificar, planificar, revisar y ampliar las obligaciones de Servicio Universal en función de la satisfacción de las necesidades de telecomunicaciones y el desarrollo del mercado, y a tal efecto realizar las consultas públicas establecidas en la ley, y solicitar la participación de la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia a fin de evitar distorsiones en el mercado de las telecomunicaciones. En todo caso, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones no podrá desmejorar los derechos de los usuarios garantizados por las obligaciones que constituyen el Servicio Universal.

Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos.

Artículo 18. La autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, ejercerá la dirección en el área de tecnologías de información. En tal sentido, deberá:

1. Establecer políticas sobre la generación de contenidos en la red, respetando la diversidad, así como el carácter multiétnico y pluricultural de nuestra sociedad.
2. Resguardar la inviolabilidad del carácter confidencial de los datos electrónicos obtenidos en el ejercicio de las funciones de los órganos y entes públicos.
3. Democratizar el acceso a las tecnologías de información.

Artículo 21. La autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones creará mecanismos de apoyo, promoción y difusión de invenciones e innovaciones populares, que generen bienestar a la población o logren un impacto económico o social en la Nación.

Ley Orgánica de Ciencia Tecnología e Innovación

Artículo 1 Objeto y Ámbito de aplicación. Esta Ley tiene por objeto establecer, en la difusión y recepción de mensajes, la responsabilidad social de los prestadores de los servicios de radio y televisión, proveedores de medios electrónicos, los anunciantes, los productores y productoras nacionales independientes y los usuarios y usuarias, para

fomentar el equilibrio democrático entre sus deberes, derechos e intereses a los fines de promover la justicia social y de contribuir con la formación de la ciudadanía, la democracia, la paz, los derechos humanos, la cultura, la educación, la salud y el desarrollo social y económico de la Nación, de conformidad con las normas y principios constitucionales de la legislación para la protección integral de los niños, niñas y adolescentes, la cultura, la educación, la seguridad social, la libre competencia y la Ley Orgánica de Telecomunicaciones. Las disposiciones de la presente Ley, se aplican a todo texto, imagen o sonido cuya difusión y recepción tengan lugar dentro del territorio de la República, y sea realizada a través de:

1. Servicios de radio: radiodifusión sonora en amplitud modulada (AM); radiodifusión sonora en frecuencia modulada (FM); radiodifusión sonora por onda corta; radiodifusión sonora comunitaria de servicio público, sin fines de lucro; y servicios de producción nacional audio, difundidos a través de un servicio de difusión por suscripción.

2. Servicios de televisión: televisión UHF; televisión VHF; televisión comunitaria de servicio público, sin fines de lucro; y servicios de producción nacional audiovisual, difundidos a través de un servicio de difusión por suscripción.

3. Servicios de difusión por suscripción.

4. Medios electrónicos.

Definición de Términos Básicos

- **Comercialización:** Es la actividad como tal que se realiza en el comercio. Es el intercambio o “Trueque” que se aplica cuando una persona quiere adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero impuesta.

- **Comunicación:** es la actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas.

- **Contrato:** Acuerdo, generalmente escrito, por el que dos o más partes se comprometen recíprocamente a respetar y cumplir una serie de condiciones.

- **Emisor:** Persona que origina un Mensaje de Datos por sí mismo, o a través de terceros autorizados.

- **Persona:** Todo sujeto jurídicamente hábil, bien sea natural, jurídica, pública, privada, nacional o extranjera, susceptible de adquirir derechos y contraer obligaciones.

- **Redes Sociales:** Las redes sociales son un término originado por la comunicación. Estas se refieren al conjunto delimitado de individuos, grupos, comunidades y organizaciones vinculados unos a otros a través de relaciones sociales.

- **Usuario:** Toda persona que utilice un sistema de información.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

Aspectos Generales

El marco metodológico para este Trabajo Especial de Grado se realizó con el fin de obtener el conocimiento de cuáles son los tipos de investigación, por lo tanto se cita a la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora (2013:17) la cual dice que el marco metodológico está referido a “aquel en el cual se presentan los elementos con los que se harán efectivas las distintas etapas del proceso investigativo, se especifican los métodos y técnicas empleadas para la realización del estudio”.

Tipo de Investigación

Según Alfonso (1995), la investigación documental es un procedimiento científico, un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. Al igual que otros tipos de investigación, este es conducente a la construcción de conocimientos.

La presente investigación es de tipo descriptiva documental. Cuenta la presente investigación con un nivel descriptivo porque señala y determina condiciones, causas y consecuencias, se tiene un cuerpo teórico y legal suficiente, para determinar los objetivos. También es una investigación documental ya que depende fundamentalmente de indagación e interpretación que se recoge o consulta en documentos.

Diseño de la Investigación

El estudio propuesto se adecuo a los propósitos de la investigación documental. En función de que se utilizó fuentes informativas, como leyes y trabajos de investigación, con objetivos específicos la cual se desarrollaron de manera descriptiva con el análisis de toda la investigación realizada.

En atención al diseño, la presente investigación se caracteriza por ser documental, ya que la misma se apoya en la búsqueda y recopilación de información de otros investigadores, utilizando para ello el análisis e interpretación de los resultados obtenidos por ellos y tomando en cuenta su basamento teórico y legal con fin de ampliar conocimientos para concretar la investigación.

Fases de la Investigación

Fase I. Definir un listado con los requisitos para la constitución de Sociedades Mercantiles de tipo Compañía Anónima en Venezuela.

Para la elaboración de esta fase fue necesario identificar de forma clara los pasos a seguir para la formación de las Sociedades Mercantiles que se establece dentro del ordenamiento jurídico, más enfocada a las Compañías Anónimas que vienen siendo las mayormente utilizadas en la actualidad en Venezuela. El desarrollo de esta fase se llevó a cabo a través de un listado claro, preciso y lacónico, donde se enumeran los pasos que se deben seguir para la constitución de una Sociedad Mercantil, enfocada en las Compañías Anónimas, de acuerdo a lo que establecen las leyes venezolanas. La finalidad de esta fase fue hacer un enfoque en los requisitos que deben seguir las personas naturales para convertirse en personas jurídicas a través de las Sociedades Mercantiles; así como las obligaciones con las que deben cumplir para mantenerse como una compañía de acuerdo a las restricciones de las leyes.

Fase II. Determinar las condiciones para la creación de un perfil o identificación de una Sociedad Mercantil tipo compañía anónima en la red social instagram.

Esta fase se fundamenta en los pasos a seguir para poder crear un tipo de identificación como Sociedad Mercantil en la red social instagram, bien para instruir de manera correcta a la Compañía Anónima que quiera introducirse en el mundo de las redes sociales para una mejora en ventas y crecimiento económico. Esta fase fue enfocada en la enumeración de pasos, que debe seguir determinada compañía o empresa para introducirse en el mundo de "instagram", bien conocida formalmente como una Sociedad Mercantil con la acreditación correspondiente. A través de esta fase se destacan las ventajas de la nueva modalidad desarrollada por la red social instagram denominada "Perfil Empresa".

Fase III. Formalizar la descripción de la normativa sobre el uso de la red social instagram para las Sociedades mercantiles.

Una vez estudiado los requisitos para la creación de las Sociedades Mercantiles, haciendo un enfoque en aquellas que son más utilizadas en Venezuela en la actualidad, como lo son las Compañías Anónimas. Se implementa la formalización de una normativa para crear seguridad y protección hacia los intereses de las compañías, empresas y personas naturales que ya estén o quieran formar parte de la red social instagram. Se desarrolla esa fase en base a una descripción de normativa; se buscó plantear la formalización de un tipo de reglamento que constituya una nueva modalidad para la regulación de las Sociedades Mercantiles que busquen adentrar su empresa o compañía en la nueva y más utilizada red social instagram.

CAPITULO IV

RESULTADOS – CONCLUSIONES – RECOMENDACIONES

Se presenta a continuación los resultados obtenidos en relación con los objetivos específicos, haciendo análisis de cada uno de ellos, los cuales se han distinguido en fases para el cumplimiento del objetivo general planteado al comienzo de la investigación. Dentro del capítulo presentado a continuación también se agrega el contenido de las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Fase I. Definir un listado con los requisitos para la constitución de Sociedades Mercantiles de tipo Compañía Anónima en Venezuela.

Las Sociedades Mercantiles son agrupaciones de personas cuyo fin es la realización de actos de comercios y que para estar legalmente constituidas deberán registrar el acta constitutiva y los estatutos ante un Registro Mercantil. Se rigen por las Disposiciones del Código de Comercio al perseguir un fin lucrativo. Las Sociedades deben cumplir con los requisitos básicos para su creación:

- Capacidad Jurídica.
- Patrimonio.
- Domicilio.
- Denominación Social.

En Venezuela las sociedades de carácter comercial se denominan compañías de comercio nombre con el cual se diferencias de las sociedades civiles. Las compañías de comercio pueden constituirse bajo alguna de las siguientes formas:

- Compañía en nombre colectivo.
- La compañía en comandita.

- La compañía anónima.
- La compañía de responsabilidad limitada

Las Compañías Anónimas tienen como punto de enfoque, fundamentar sus obligaciones, las cuales están garantizadas por un capital determinado. Así los socios están obligados a responder solo por el monto de sus acciones.

Requisitos para la constitución de una compañía

Antes de crear una compañía o empresa

- Elegir el nombre o razón social de la compañía.
- El capital suscrito y/o pagado es el aporte de cada socio, que nunca debe ser menor del 20% del capital total.
- Determinar el objeto y servicio de la compañía o empresa. Conocer y tener claridad del producto o mercancía, y servicio que se va a promocionar y vender.

Requisitos para registrar una compañía o empresa

- Solicitud de nombre o denominación social.
- Reserva de nombre o denominación social.
- Introducir documento constitutivo en el registro.
- Cálculo del monto a pagar por la inscripción y pago al fisco nacional.
- Pago por derechos de registro y firma del mismo.
- Publicación del registro mercantil.
- Registro único de información fiscal R.I.F. (SENIAT)
- Libros de contabilidad para sellar y foliar en el registro: diario, mayor, inventario, compras y ventas.
- Inscripción en el Seguro Social (IVSS).

- Solicitar conformidad de uso en ingeniería municipal y cuerpo de bomberos.
- Obtener patente de industria y comercio en la Alcaldía.

Es de suma importancia y de obligatorio cumplimiento llevar a cabo cada uno de los requisitos para la constitución de una Sociedad Mercantil. Las Compañías Anónimas tienen que cumplir con los requisitos anteriormente mencionados para constituirse y poder denominarse compañía anónima, y mantenerse como tal.

Fase II. Determinar las condiciones para la creación de un perfil o identificación de una Sociedad Mercantil tipo compañía anónima en la red social instagram.

Siguiendo los pasos presentados a continuación cualquier empresa o compañía puede formar parte de la red social instagram, constituida y conocida como tal a través de la modalidad "Perfil Empresa"; lo que le va a permite obtener beneficios como las promociones de las publicaciones y el conocimiento de las estadísticas que le permite saber qué es lo que más atrae a los usuarios de su misma empresa o compañía.

1. Registrarse para abrir una cuenta de instagram y elegir un nombre de usuario que represente claramente la compañía o empresa, como el nombre.
2. Agregar una foto de perfil, una bibliografía y un enlace al sitio web, si cuenta con este.
3. Cambiar perfil de empresa. Desde el perfil de usuario, tocando el icono de engranaje en la esquina superior derecha y seleccionar para cambiar a un perfil de empresa.
4. Se puede enlazar la cuenta a otros sitios de terceros para compartir contenido. De este modo podrás compartir fotos en estos servicios, y también se creara

una historia en instagram para cualquiera que te siga en Facebook y haya enlazado a Instagram.

5. Revisa las estadísticas sobre tu perfil de empresa para conocer mejor al público y los tipos de contenido a los que responde mejor.
6. Empezar a promocionar las publicaciones de alto rendimiento.

Fase III. Formalizar la descripción de una normativa sobre el uso de la red social instagram para las Sociedades mercantiles.

Se conoce como reglamento al conjunto ordenado de preceptos y normativas que son aplicables en un determinado contexto, por autoridad competente; se llevan a cabo para la ejecución de una ley o para el régimen de una corporación, escuela o servicio.

Son productos para regular relaciones entre particulares y existencia de relaciones que no sean de naturaleza jurídica.

Los reglamentos pueden alcanzar la categoría de autónomos, ello será cuando estos no corresponden al desarrollo de reglas contenidos en una ley. Este tipo de reglamentos no esta expresamente previsto en las leyes ni en la constitución, su ámbito de acción seria todo tipo de materias en las que propiamente no hay normas legales.

Un reglamento es un documento jurídico que especifica una norma que tiene por objeto regular las actividades de los miembros de una comunidad. En el se establecen los basamentos de la convivencia entre dichos miembros y lineamientos que deben seguirse para el correcto desenvolvimiento de estos individuos en determinada actividad.

Su estructura básica consta de las disposiciones generales en principio, las cuales detallan la información que estará contenido en los artículos del reglamento, Luego viene el desarrollo propiamente de la norma jurídica a la que se hace referencia, en donde se detalla por títulos, capítulos y artículos cada uno de los lineamientos que los miembros de la comunidad a la cual este va dirigido. Posterior a ello, generalmente se deben especificar las penas o sanciones que el incumplimiento de los lineamientos anteriormente conlleva.

Dependiendo del carácter de este reglamento, las penas o sanciones serán mayores o menores. Por último, se establecen unas disposiciones finales, que recogen todas las disposiciones contenidas anteriormente, el objeto final del reglamento. También suelen establecerse unas disposiciones transitorias, las cuales explican el procedimiento por medio del cual ese reglamento puede ser sustituido por otro.

En el presente trabajo de investigación y en base a lo anterior descrito, se hace mención a las Disposiciones Generales, dentro de las cuales se propone hablar del contenido del reglamento, como sería su finalidad y su ámbito de aplicación; la cual se estaría enfocando en la regularización de personas naturales y jurídicas que se adentren en la red social instagram para comercializar. En su desarrollo contaría con determinadas normas de conducta desarrollada de la siguiente manera:

- Títulos
- Capítulos
- Artículos

Lo anteriormente expuesto se refiere a la aplicación para las compañías en cuanto a su forma de promocionar y vender, puesto que se deben de colocar limitaciones de lo que se puede y debe comercializar y lo que no es permitido. También se debe hacer mención en el instructivo sobre el órgano que daría

seguimiento a las compañías que se formen en instagram, lo cual permita crear un control establecido y hacer a estas cumplir con los requisitos para estar formada como tal.

En los artículos se desarrollaría el procedimiento para la creación de un "Perfil Empresa" en instagram; se establecerán sanciones cuando haya violación del reglamento; disposiciones finales y transitorias donde exista procedimiento por medio del cual puede haber sustitución del reglamento que se elabora por otro.

Conclusiones

Los resultados de esta investigación permitieron demostrar que instagram es una de las redes sociales con más auge en estos tiempo y es en la actualidad una de las formas más fáciles y factibles de comercializar puesto que se vive en una época en la que es más fácil utilizar la red para buscar y conseguir lo que se necesita que ir a una lugar físico a comprarlo. La nueva modalidad de instagram denominada "Perfil Empresa" es una forma fácil para las nuevas Sociedades Mercantiles legalmente constituidas como tal y también para las Sociedades de Hecho, de promover y vender mercancía, y de permitir acercarse a los usuarios y a lo que ellos desean y necesitan, a través de las estadísticas que muestra este determinado perfil y las promociones que pueden hacerse a través de ella para lograr un mejor resultado en ventas y publicidad.

Se determinó de forma específica las condiciones para constituir la Sociedad Mercantil, esto es lo más importante para formarse como una empresa o compañía con todos los derechos y obligaciones que las leyes venezolanas establecen.

Actualmente para formarse en instagram como compañía existe la nueva modalidad "Perfil Empresa" que trae consigo grandes beneficios para la compañía, entre estos tenemos, las estadísticas que permiten conocer lo que quieren y necesitan

los usuarios, al igual que instagram en perfil empresa, les ofrece las promociones de las publicaciones que quieren y consideren que tienen importancia y receptividad.

La necesidad de contar con una normativa que regule la comercialización en instagram es una mejora hacia las Sociedades Mercantiles y de hecho, que se quieran adentrar en el mundo de las redes sociales con la finalidad de obtener mejores resultados en promoción y venta de productos, estar más al alcance de los usuarios y poder ser conocidos como una empresa o compañía a través de la misma, obteniendo de aquí una mejora para su empresa de manera económica y publicitaria, sin dejar de un lado el cumplimiento de los deberes y obligaciones que las leyes le imponen.

Recomendaciones

- Llevar a cabo la creación de un instrumento normativo y de esta manera facilitarle a las personas jurídicas constituidas como empresas o compañías a través del instrumento los pasos para adentrarse en la red social "instagram", bajo la nueva modalidad "Perfil Empresa", a los fines de comercializar su mercancía a través de esta.
- Por medio de la formalización de la normativa se puede regularizar la comercialización de productos en redes sociales que ofrezcan las personas naturales en ella, pero sin contar con ningún tipo de acreditación o restricción como empresa o compañía, ni cumplir con los deberes y obligaciones que las leyes le imponen.
- Planificar, coordinar y velar por los intereses de las personas naturales como usuarios en las redes, y las personas jurídicas como compañía o empresa desde el punto de su comercialización de mercancía en redes sociales.

- Profundizar aún más la investigación para cubrir otros tipos de sociedades mercantiles, para que puedan tener a la mano la información necesaria para poder desarrollar su empresa y cumplir a cabalidad con los requerimientos solicitados.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Apa. (2018). *Ejemplo de Reglamento*. [Blog spot] Disponible en:
http://www.ejemplode.com/11-escritos/348-ejemplo_de_reglamento.html

- Arias, Fidias (2013). *El proyecto de Investigación*. Introducción a la Metodología Científica. Caracas: Editorial Episteme.
- Ecured. (2018). *Sociedad Mercantil*. [Blog en línea] Disponible en: https://www.ecured.cu/Sociedad_An%C3%B3nima
- Estrada, Dafne. (2017). *Como crear un perfil en Instagram para tu empresa*. [Blog spot] Disponible en: <https://marketingdecontenidos.com/instagram-para-tu-empresa/>.
- Gonzalez, Patricio. (2016). *Instagram para empresas*. . [Blog en línea] Disponible en: <https://www.unocero.com/noticias/llega-a-mexico-instagram-para-empresas-pero-de-que-sirve/>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Editorial Mc Graw Hill Education. México.
- Instagram Bussiness Team. (2018). *Blog para Empresas*. [Blog en línea] Disponible en: https://business.instagram.com/blog/getting-started-on-instagram?locale=es_
- Madrigal, Cristina. (2015). *Instagram como herramienta de comunicación publicitaria*. [Tesis en línea]. Disponible en: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/41561/TFG_cristinaSEPT4b.compressed.pdf?sequence=1
- Méndez, Andrés. (2017). *Conatel anuncia reglamento para regular las redes sociales*. [Artículo en línea]. Disponible en: <http://elestimulo.com/elinteres/conatel-anuncia-reglamento-para-regular-las-redes-sociales/>
- Seo Marketing. (2014). *Redes Sociales*. . [Blog en línea] Disponible en: <https://www.yoseomarketing.com/blog/que-son-las-redes-sociales-para-que-se-utilizan/>
- Tamayo y Tamayo, M. (2012). *El Proceso de Investigación*. Editorial Limusa. México.
- Thompson, Ivan. (2017). *Definición de Empresa*. [Blog en línea] Disponible en: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>

Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora (2013). *Marco Metodológico*. [Tesis en línea]. Disponible en: <https://s/MANUAL%20DE%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>.

Voz de América (2017). *Venezuela quiere controlar las redes sociales y usuarios*. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://www.voanoticias.com/a/venezuela-conatel-andres-eloy-mendez-medios-sociales/3883990.html>

REFERENCIAS LEGALES

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial N°5453. Extraordinaria. De fecha 24 de marzo de 2000.

Ley Orgánica del Comercio. Gaceta Oficial N°475. Extraordinaria. De fecha 21 de diciembre de 1955.

Ley Orgánica de Telecomunicaciones. Gaceta Oficial N°39.610. De fecha 7 de febrero de 2011.

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

Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos. Gaceta Oficial N°39.610. De fecha 7 de febrero de 2011.

