

El Comercio Electrónico en el Ordenamiento Jurídico Colombiano

Diana Milena Aguilar Sáenz

Jorge Enrique Hernández Ángel

Universidad La Gran Colombia

Facultad de Derecho

Bogotá D.C

Septiembre de 2016

## El Comercio Electrónico en el Ordenamiento Jurídico Colombiano

Diana Aguilar y Jorge Hernández

Universidad La Gran Colombia

Septiembre de 2016

### Nota del Autor

Esta investigación se realizó como requisito para optar al título de Abogado y fue asesorada por el Doctor Eric Leiva Ramírez.

Diana Milena Aguilar Sáenz y Jorge Enrique Hernández Ángel, Facultad de Derecho, Universidad La Gran Colombia.

La información correspondiente a este documento deberá ser enviada a Jorge Hernández.

Dirección Electrónica: [jorgehernandez0171@gmail.com](mailto:jorgehernandez0171@gmail.com)

# El Comercio Electrónico en el Ordenamiento Jurídico Colombiano

*Diana Milena Aguilar Sáenz\**

*Jorge Enrique Hernández Ángel\*\**

## Sumario

Introducción. 1. Generalidades del comercio electrónico. 1.1. Definición. 1.2. Modalidades y partes intervinientes. 1.3. Fuente de obligaciones. 1.4. Globalización y comercio electrónico. 1.5. Regulación. 2. Comercio electrónico en Colombia. 2.1. La actividad empresarial y la globalización en Colombia. 2.2. Legislación colombiana. 2.3 Fuente de obligaciones en Colombia. 2.4. Validez de los mensajes de datos en el ordenamiento jurídico colombiano. 3. El consumidor de comercio electrónico en Colombia. 3.1. La ciber seguridad en Colombia. 3.2 Protección del consumidor de comercio electrónico en el ordenamiento jurídico colombiano.

## Resumen

Los avances tecnológicos y el, cada vez más fácil, acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación – TIC, han permitido la prominente evolución de la actividad comercial. Este hecho manifiesta uno de los efectos de la globalización; traducido en la eficaz interacción entre las partes gracias a la ruptura de la barrera de la distancia y el fácil acceso de consumidores a proveedores de productos y servicios a tan solo un clic de distancia. En este sentido, la globalización y la vertiginosidad entre negocios y su competitividad, son la base de un robusto

---

\* Estudiante matriculada de Derecho de la Universidad La Gran Colombia.

\*\* Egresado de Derecho de la Universidad La Gran Colombia.

comercio desarrollado a través de medios electrónicos, y que muestra el avance tecnológico de los países industrializados y su eficaz intercambio de bienes y servicios.

Este portento no ha sido ajeno al Estado colombiano y, tal como se ha manifestado en la jurisprudencia colombiana, dichos avances han planteado retos para el derecho debido a los efectos directos en la estructura política y económica de la sociedad. Al incidir el comercio electrónico dentro del tráfico jurídico en la distribución de bienes y servicios, demanda diversas respuestas de ordenamiento jurídico que enmarcan aspectos como; obligaciones, efectos probatorios, delitos cibernéticos, protección del consumidor, entre otras consideraciones que se develan en el proceso de intercambio comercial.

#### Palabras clave

Comercio electrónico, contrato electrónico, derecho a la información, globalización, protección al consumidor, TIC.

#### Abstract

The technological advances and the increasingly easy access to information technology and communications - ICT have allowed a prominent evolution of the business, which represents an effect of globalization results in the effective interaction between the parties, with the breaking of the barrier of distance, allowing consumers to providers of products and services just a click away. In this sense, globalization and the vertiginous between business and the competitiveness, it has been the basis of a robust trade across the world develops electronically, representing the

technological development of industrialized countries, allowing efficient exchange of goods and services. This portent was not immune to the Colombian State, as manifested in the Colombian jurisprudence, such advances have always posed challenges to the law, have direct effects on the political and economic structure of society, demanding different responses legal framework for e-commerce be an incident within the legal traffic in the distribution of goods and services. So, the Colombian legal system has on different aspects of special attention such as: obligations, evidentiary purposes, cybercrime, consumer protection, among other considerations that are revealed in the process of trade.

#### Keywords

Consumer protection, E-commerce, electronic contract, globalization, ICT, right to information.



## Introducción

El intercambio comercial está enmarcado bajo dos tipos fundamentales: el comercio tradicional y el comercio exterior, caracterizados por la clase de intercambio realizado.

El comercio tradicional es aquel que permite el intercambio de bienes y la prestación de servicios por una remuneración económica definida previamente por el vendedor y aceptada por el comprador, razón por la cual se requiere de un contacto físico entre ambas partes (Seoane, 2005).

Por su parte Alfonso Ballesteros (2001) considera que el comercio exterior es “aquella actividad económica basada en los intercambios de bienes, capitales y servicios que efectúa un determinado país con el resto de países del mundo, regulado por normas internacionales o acuerdos bilaterales” (p. 11).

Durante las últimas dos décadas las empresas se han visto en la necesidad de evolucionar con el fin de adecuarse a las nuevas exigencias de los clientes (Villar, 2004). Los avances tecnológicos y el acceso a las nuevas tecnologías dieron como resultado la inclusión a la Era electrónica, contexto que ha permitido la transformación del comercio electrónico cuyo origen se debe a las ventas por catálogo, innovación comercial de la década de 1920, y primera modalidad de comercio a distancia.

En el año de 1994, por primera vez en los Estados Unidos, es posible ordenar una pizza a través de internet y, también desde ese entonces, es posible prácticamente cualquier cosa por este medio (Villacorta, 2005).

Esta innovadora forma de comercio representa el desarrollo tecnológico de los países industrializados, permitiendo que el intercambio de bienes y servicios se realice de una forma

ágil y eficaz (Rincón, 2006). Entre sus ventajas se encuentra la posibilidad de hacer transacciones económicas sin intermediario las veinticuatro horas del día, siete días a la semana, proceso característico de la Nueva economía<sup>1</sup>.

La innovación en la economía ha permitido que no solo se comercialicen bienes y servicios sino también información. Esto significa que, la información ha pasado de ser un medio a convertirse en un producto. Al respecto, Marshall McLuhan citado en Ianni (2006) afirma que:

Hoy pasamos de la producción de artículos empaquetados al empaquetamiento de la información. Antiguamente invadíamos los mercados extranjeros con mercancías. Hoy invadimos culturas enteras con paquetes de informaciones, entretenimiento e ideas. Ante la instantaneidad de los nuevos medios de imagen y sonido, hasta el periódico es lento. (Pág. 5)

En este sentido, la globalización, la vertiginosidad de conexión entre negocios y su competitividad son la base del fuerte impulso del comercio electrónico en el mundo, pues permiten a la humanidad tener el comercio mundial a un solo clic. Por otra parte, brinda a los comerciantes la oportunidad de tener a los demandantes de bienes y servicios de todo el mundo en un solo lugar y llegar a ellos con inversiones mínimas, debido al bajo coste de la web.

En concordancia con Rincón (2006) los primeros esfuerzos para expedir una Ley Modelo sobre comercio electrónico se realizaron en 1984, pero fue en 1996 cuando se expidió la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico de la Comisión Naciones Unidas para el Derecho Mercantil –CNUDMI–, y comenzó a ser implementada en sus cuerpos normativos por Estados Unidos y la Comunidad Europea.

---

<sup>1</sup> El término nueva economía hace referencia a la economía basada en el conocimiento.

En Colombia, la actividad del comercio electrónico comenzó a ser regulada con la expedición de la Ley 527 de 1999, siendo el artículo 2° la primera norma en definir el concepto en el país, teniendo en cuenta como elemento fundamental el uso de los mensajes de datos. Sin embargo, previo a la expedición de la Ley de Comercio Electrónico, en el ordenamiento jurídico colombiano existían normas que implícitamente aceptaban su uso.

Además de presentar importantes definiciones sobre la materia, la Ley 527 de 1999 trata temas relevantes en el comercio electrónico como la autonomía de la voluntad (Art. 4); reconocimiento, validez y efectos jurídicos (Arts. 5, 15 y 22) y; formación y validez de los contratos (Art. 14). En el año 2011 se expidió el Estatuto del Consumidor a través de la Ley 1480 de 2011. Allí se complementa la definición de comercio electrónico de la Ley 527 de 1999.

El *Estatuto del Consumidor* cuyo aporte, en uno de sus capítulos, se enfocó en la protección del consumidor de comercio electrónico en Colombia, develando las relaciones entre comerciantes y consumidores de este tipo de comercio y que fue titulado como; Protección al consumidor de comercio electrónico. Esta Ley regula asuntos relevantes como: obligaciones para los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos (Art. 50); reversión del pago (Art. 51); protección de niños, niñas y adolescentes en el comercio electrónico (Art. 52); portales de contacto con el fin de poder presentar quejas o reclamos (Art. 53) y; medidas cautelares en el caso de existir indicios graves de violación de los derechos de los consumidores (Art. 54).

Con el presente documento se pretende describir el comercio electrónico partiendo de la presentación de su estructura general desde una perspectiva tecnológica, económica y jurídica, buscando así, comprender el estado actual de su reglamentación en el sistema jurídico

colombiano, abarcando fundamentos jurídicos de formación y validez de las relaciones contractuales y la importancia de la protección de los consumidores en este tipo de comercio.

## 1. Generalidades del comercio electrónico

### 1.1. Definición.

El comercio electrónico puede ser entendido como cualquier tipo de actividad comercial dónde las partes interactúan a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). En este sentido, dicha forma de comercio, sustituye la forma tradicional en la cual se requiere de la presencia física de las partes intervinientes.

De acuerdo con Kalakota y Whinston (1996) citados en De Pablo (2010, p. 194), el comercio electrónico es la facultad que poseen las empresas para poder comprar y vender en línea, siendo una herramienta que permite la disminución de los costes en los servicios, mejorar la calidad de los bienes y la celeridad en la entrega.

El concepto de comercio electrónico, en un sentido amplio, implica cualquier transacción efectuada a través de medios electrónicos, entre los que se encuentra el fax, el telefax, el teléfono, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI por sus siglas en inglés) y el internet. Gariboldi (1999) lo define como “toda transacción comercial (producción, publicidad, distribución y venta de bienes y servicios) realizada tanto por personas, empresas o agentes electrónicos a través de medios digitales de comunicación, en un mercado virtual que carece de límites geográficos y temporales” (p.4).

En este sentido, gracias a que no existe el contacto físico directo entre los actores que en intervienen, hay quienes incluyen dentro de este tipo de comercio las operaciones que se originan

a través de la publicidad en los medios de radio y televisión y que posteriormente son concluidas por otro medio de comunicación, el teléfono o fax (Gariboldi, 1999).

Pero, en sentido estricto, el concepto de comercio electrónico se refiere a la actividad comercial realizada únicamente por medios digitales de comunicación tales como internet, intranet<sup>2</sup>, extranet<sup>3</sup> y EDI.

Actualmente, el comercio electrónico es entendido como el conjunto de operaciones mercantiles realizadas a través de internet, el medio más utilizado por comerciantes y consumidores para la realización de intercambio de bienes y servicios. Éste ha pasado de ser un medio novedoso y revolucionario a ser un canal efectivo de mercadeo y distribución de productos y servicios, consolidándose como la herramienta más útil de interacción entre clientes y comerciantes. Es así como estos últimos aprovechan las ventajas de los medios electrónicos para extender el mercado.

## 1.2. Modalidades y partes intervinientes.

Existen dos tipos de comercio electrónico que, dependiendo del bien objeto del contrato para situarse dentro de uno u otro, son denominados como directo e indirecto y son definidos por Jaume (2010) de la siguiente forma:

---

<sup>2</sup> Seoane (2005) define la Intranet, argumentando que: “una intranet no es más que una red privada de área local, metropolitana o extensa, en la que empleamos la misma tecnología que en Internet y por la que circula información privada de una empresa”. (p.48)

Así mismo concluye que: “Las intranets son la evolución natural de las redes existentes, en las que se empleaban tecnologías y aplicaciones propietarias para mantener la información de la empresa”. (p. 48)

<sup>3</sup> En Seoane (2005), con respecto a la Extranet, se argumenta que: “es una Intranet a la que permitimos la entrada, parcial y controlada, de los individuos de las empresas con la que mantenemos relaciones, ya sean comerciales o de otra índole”, (p.52).

- En primer término, consideramos al comercio electrónico directo como los contratos donde todas sus fases se culminan a través de la utilización de medios electrónicos. Nos hallaríamos ante la adquisición de bienes o servicios intangibles como, por ejemplo, programas informáticos o revistas electrónicas.

-Y, en segundo lugar, catalogamos al comercio electrónico indirecto como el ámbito contractual que se perfecciona a través de canales electrónicos, pero que su ejecución se encauza por medio de vías de distribución tradicionales. En este caso, se trataría de bienes materiales que deben enviarse por mensajería o correo, aunque, en ocasiones, algunos bienes que en origen pueden catalogarse como inmateriales a estos efectos no los son, como supongamos la compra de un software que en vez de descargarse a través de la Red se remite por correo un ejemplar en soporte DVD o CD-ROM. (p. 209)

En este sentido, Rosana De Pablo (2010) establece que el conjunto de aplicaciones comerciales de Internet es denominado comercio electrónico. Estas aplicaciones comprenden desde el intercambio de bienes, servicios e información, hasta las actividades relacionadas con la pre y post venta y la distribución electrónica de productos y servicios.

Es así como el desarrollo del comercio a través de diversos dispositivos se caracteriza como electrónico, esto permite que dicha modalidad de comercio no sea exclusiva de internet. Teniendo en cuenta que el internet hace parte de los medios electrónicos mas no es la única herramienta que permite el ejercicio del comercio. De modo que, todo comercio que se efectúa a través de internet, constituye comercio electrónico, pero, no todo comercio electrónico, es comercio realizado a través de internet (Arias, 2006).

La tendencia a relacionar el comercio electrónico únicamente con el internet se debe a que, la red de redes, ha permitido la expansión de esta modalidad de comercio, sin embargo, antes de la masificación del internet ya se desarrollaba el comercio electrónico.

Tratándose del comercio electrónico a través de internet, los comerciantes pueden encontrar allí diversas formas de ejercer su actividad, aprovechando los beneficios de la red, tal como lo afirmó Arias en 2006:

Los prestadores de servicios de la sociedad de la información pueden estar presentes en Internet de diversas formas, según utilicen el escaparate comercial que es su sitio web de una forma o de otra. El sitio web es la sede virtual de la empresa y así como en su sede física se presenta de una forma determinada —en una tienda al público, un almacén de venta al por mayor, una sucursal, una oficina de venta sin muestra de productos, etc. —, igual ocurre en el entorno electrónico, donde es el prestador de servicios, la empresa que presta servicios on line, la que decide cómo quiere aparecer y qué servicios quiere promocionar a los usuarios que accedan a su « escaparate virtual » a través de internet.

(...)

La principal diferencia entre una y otra forma de estar presente en la Red radica en las obligaciones que derivan para unos y otros. Los prestadores que realizan contratación electrónica por Internet tienen las mismas obligaciones que los prestadores de servicios que se limitan a estar presentes o a establecer una comunicación con el usuario, y además las obligaciones propias de la realización de contratación electrónica.

Por este motivo, distinguimos, en el análisis de las obligaciones de los prestadores de servicios de la sociedad de la información, las obligaciones comunes a todos ellos y las obligaciones propias o específicas de los prestadores de servicios que realizan contratación electrónica. (p.87-88)

En este sentido, existen tres formas principales de aparecer en internet que dependen de la pretensión del comerciante; por una parte están aquellos a quienes les interesa únicamente hacer presencia en la red sin la intención de iniciar relaciones contractuales a través de ella:

De este modo, encontramos en primer lugar los prestadores de servicios que no quieren dejar de aprovechar el medio de Internet para estar presentes en la Red de redes, pero que no les interesa más que eso, «estar presentes», de modo que aparecen como una empresa que muestra su identidad y sus servicios a los consumidores o usuarios que entren en su portal.

En el caso de una empresa que se publicita a través de su página web y que sólo ofrece información sobre ella y sobre los servicios que presta. Se limita a informar de su existencia sin permitir al usuario más contacto on line con ella, utiliza la Red como un medio de publicidad más y simplemente como un escaparate. (Arias, 2006, p. 87)

Por otro lado, se encuentran quienes buscan, además de estar presentes en la red, iniciar una relación contractual con los clientes sin que, necesariamente, la misma se perfeccione a través de este medio:

En segundo lugar, encontramos los que, además de ofrecer un escaparate de información y servicios, incluyen en su web la posibilidad de que los usuarios

establezcan un tipo de relación on line con ellos, aunque ésta no pueda llegar a desarrollarse completamente por medios electrónicos.

El caso por ejemplo, de un abogado que se publicita a través de su página web y que ofrece, además de información sobre su despacho y sobre los servicios que presta, la posibilidad de descargarse una solicitud de compra de algunos de sus productos en la misma web que requieren ser imprimidos, rellenados y enviados por fax, por ejemplo, la compra de un manual de derecho. (Arias, 2006, p. 87)

Y finalmente están quienes buscan aprovechar al máximo las posibilidades que brinda la red de redes y llevar a cabo, de principio a fin, las relaciones contractuales con sus clientes:

Un tercer tipo de presencia en Internet es la del prestador de servicios que ofrece una completa vía de contratación on line. La oferta y la aceptación tienen lugar por medios electrónicos.

Es el caso, por ejemplo, de un tienda virtual en la que se ofrece la posibilidad de llevar a cabo un proceso completo de contratación on line, compra de libros electrónicos, o un despacho de abogados que ofrece la posibilidad de realizar consultas jurídicas a un abogado que se responden por vía electrónica. Otro supuesto es el de la oferta de cursos de formación on line a través de un sitio web. (Arias, 2006, pág. 88)

Ahora bien, en el comercio electrónico existen cuatro tipos de agentes intervinientes; la empresa, el consumidor, la administración pública y el ciudadano. Rossana de Pablo (2010) afirma que del comercio electrónico se desprenden ciertas modalidades que dependen de los

agentes que intervengan en el desarrollo del proceso y pueden distinguirse de la siguiente manera:

Empresa-Empresa (Business to Business o B2B): cualquier intercambio que tenga lugar entre dos organizaciones (compraventa, intercambio de información, compartición de negocios, etc.).

Es precisamente en el sector interempresarial donde el comercio electrónico se ha desarrollado en primer lugar. Los sistemas tradicionales que intercambian pedidos y facturas entre las grandes compañías y sus proveedores están empezando a trasladarse hacia los protocolos de Internet. Este es el caso del sistema de Intercambio Electrónico de Datos (EDI) y las redes de valor añadido (VANs).

Empresa-Consumidor final (Business to Consumer o B2C): intercambio de información, bienes o servicios entre una organización y sus públicos externos (clientes, clientes potenciales, empleados, accionistas, etc.).

Se puede comparar con la venta al detalle de manera electrónica. Esta categoría ha tenido gran aceptación y ha crecido mucho gracias a WWW.

Empresa-Administración (Business to Administración o B2A): relación a través de redes de telecomunicación entre una organización y las Administraciones Públicas. El desarrollo de esta modalidad puede conducir a la adopción de sistemas de comercio electrónico de forma obligatoria.

Ciudadano-Administración (Consumer to Administration o C2A): relación entre los ciudadanos y las Administraciones Públicas a través de redes de

telecomunicación para la obtención de información, el pago de impuestos, etc. (p. 197)

### 1.3. Fuente de obligaciones.

Al ser el comercio electrónico una actividad que requiere de por lo menos dos partes intervinientes, se hace necesaria la manifestación de la voluntad. Con el comercio electrónico nace el contrato electrónico, que corresponde al contrato celebrado a través de medios telemáticos, considerando que los servicios de la sociedad de la información son prestados a distancia. Por tanto, son servicios que se proporcionan sin requerir la presencia concurrente de los contratantes a través del uso de medios electrónicos como forma de comunicación a distancia (Arias, 2006).

La integración de los medios telemáticos a un sistema jurídico como soporte de la manifestación de la voluntad, implica necesariamente la adaptación del derecho preexistente sobre obligaciones y contratos, mas específicamente lo atinente a la perfección, ejecución y prueba de los contratos electrónicos (Camacho, 2005).

De acuerdo a Davara Rodriguez, la contratación electrónica “es aquella que se realiza mediante la utilización de algún elemento electrónico cuando éste tiene, o puede tener, una incidencia real y directa sobre la formación de la voluntad o el desarrollo o interpretación futura del acuerdo” (Citado en Moreno, 1999, pág. 52).

Jaume (2010) afirma que, en carácter general, el contrato electrónico será:

Aquel negocio jurídico donde el contenido del acuerdo de voluntades es transmitido por un canal de telecomunicaciones y almacenado en un sistema informático, generando una obligación de dar, hacer o no hacer alguna cosa. Es

decir, que sus sellos distintivos son que se generan un consentimiento y un documento electrónico, aunque el contrato y, en su caso, los documentos anexos, pueden figurar o ser imprimidos en formato papel. Consecuencia de todo ello es que la contratación electrónica no es más que una modalidad contractual, con igual validez y eficacia que el formato tradicional. (p. 217)

Ahora bien, en consideración con lo afirmado por Sandra Camacho (2005), el comercio electrónico indirecto se conforma de contratos electrónicos que supeditan su ejecución y cumplimiento por los medios tradicionalmente conocidos pues, generalmente, aquí la contratación es atinente a la adquisición de bienes físicos o materiales que no son posibles de entregar por medios electrónicos haciendo necesaria la intervención de dichos medios tradicionales como el correo postal o de mensajería. Por otra parte, en el comercio electrónico directo se hace referencia a aquellos contratos que se realizan de manera electrónica de principio a fin, es decir que; tanto la solicitud de los bienes y servicios como el cumplimiento de las obligaciones se realizan a través de dispositivos electrónicos que, considerando la inmaterialidad del bien o servicio objeto del contrato, permiten la entrega del mismo a través de la red, como por ejemplo, el contrato de software.

Los contratos electrónicos, al igual que los contratos tradicionales, son válidos siempre que las partes manifiesten su consentimiento y concurren los demás requisitos exigidos por la Ley en cada caso (Arias, 2006). Dentro de esta clase de contratos existen dos tipos de manifestación de la voluntad que corresponden a cada una de las partes dentro del negocio jurídico, quienes asumen los roles de oferente y aceptante. En este orden de ideas, los tipos de manifestación de la voluntad son denominados como oferta electrónica y aceptación electrónica.

De acuerdo con Miguel Ángel Moreno (1999), para que tanto la oferta y la aceptación sean consideradas electrónicas; la primera debe ser propuesta a través de medios electrónicos y la segunda debe ser generada a través de los mismos. De modo que la oferta electrónica corresponde a una declaración de la voluntad emitida a través de medios electrónicos por parte de una persona o de un grupo de personas, dirigida a otra u otras, a través de la cual se propone la celebración de un contrato. En cuanto a la aceptación electrónica, esta corresponde a la declaración de la voluntad manifestada por el receptor de la oferta expresando su conformidad con la misma.

Este tipo de contratos representan un nuevo desafío para la disciplina jurídica, si se tiene en cuenta que, en el momento de manifestar la voluntad a través de medios electrónicos o telemáticos, especialmente en internet, se presentan novedosas opciones de donde surgen algunos cuestionamientos, tal como los plantea María Arias (2006):

La especialidad de que estas declaraciones de voluntad tengan lugar a través de medios electrónicos como internet, ofrece otras opciones y plantea nuevos problemas. Por ejemplo, ¿Cuándo se entiende que una declaración de voluntad de un prestador de servicios es una oferta contractual y por tanto, en caso de ser aceptada por un consumidor o usuario queda obligado a ella?, ¿y si sólo era una declaración dirigida a informar sobre un servicio o un producto prestado o proporcionado por él? Esto, desde el punto de vista del prestador de servicios, ahora bien, igual puede ocurrir desde el punto de vista del usuario o consumidor. ¿Una solicitud de información sobre una oferta contractual es una aceptación de la misma?, ¿y una solicitud de información sin previa oferta sobre un producto o un servicio es una oferta? (p. 187)

#### 1.4. Globalización y comercio electrónico.

Actualmente, cualquier tipo de transacción económica o comercial puede ser realizada a través de la red, de allí cobra importancia el estudio y entendimiento de este tipo de comercio, así como la búsqueda de las soluciones a los problemas que se presentan en el desarrollo del mismo. Pues, el internet es un medio utilizado en toda clase de operaciones comerciales de índole: local, internacional, a domicilio, y de intercambio de productos a nivel macro y micro; permitiendo también transacciones de carácter personal, familiar y empresarial, además de otras que no son de naturaleza patrimonial. Por lo tanto, el internet como medio latente de comercio es bastante próspero, representando una extensa red jurídica que se va tejiendo y dentro de la cual el Derecho adquiere un papel relevante como herramienta de regulación y control (Torres, 2005). Más aún, si se tiene en cuenta que, a través de la red, se ha generado una nueva comunidad cuyo origen se debe a los procesos de globalización.

El término “globalización” hace referencia a un proceso de carácter histórico basado en la gradual integración de las economías y las sociedades, impulsado principalmente por las nuevas tecnologías como base de las relaciones económicas que encuentran su sustento en las políticas nacionales e internacionales. En dicho proceso intervienen una serie de actores: los gobiernos, las organizaciones internacionales, las empresas, los trabajadores y la sociedad civil. (Méndez, 2007)

Dentro de las nuevas tecnologías, actualmente sobresalen las desarrolladas en el mundo de las telecomunicaciones y la electrónica que, a través del tratamiento autorizado de información y la velocidad en la emisión de la misma, representan un fenómeno de estratosféricas dimensiones (Rincón, 2006).

En este orden de ideas, el impulso del comercio electrónico emana del surgimiento de las nuevas tecnologías, especialmente del desarrollo del internet, hecho que representa un aspecto más de la globalización (Arias, 2006). Este tipo de comercio es un sistema moderno cuya finalidad consiste en hacer negocios a través de la detección de las necesidades de las empresas, comerciantes y consumidores, permitiendo la reducción de costos, mejorando la calidad de los bienes y la prestación de los servicios y finalmente reduciendo su tiempo de entrega. Por tanto, el comercio electrónico no debe percibirse como una tecnología, sino como el uso de ésta con el propósito de hacer que la actividad empresarial sea más factible. (Rincón, 2006)

El crecimiento económico, representa para algunos, un pilar del desarrollo humano, al tener como finalidad; la creación de un mercado unificado a escala mundial que considera la expansión de bienes y servicios entre países como clave para un mundo más igualitario, pacífico y menos provinciano. Dicha teoría propone que la integración mundial y el entendimiento intercultural sean la vía para llegar a un mundo sin fronteras, en el que los intereses particulares de la política local serán dejados de lado con la intención de lograr un pacto universal compartido. (Ellwood, 2001)

La era de la información como parte del proceso de la globalización, ha eliminado las fronteras e integrado a la humanidad, permitiendo el intercambio cultural entre las diferentes sociedades. Tal evento ha sido metaforizado como una gran aldea denominada “aldea global”, a la cual en 2006 Ianni se refirió de la siguiente forma:

La “aldea global” sugiere que, finalmente, se formó la comunidad mundial, concretada en la realización y las posibilidades de comunicación, información y fabulación abiertas por la electrónica. Sugiere que están en curso la armonización y la homogeneización progresivas. Se basa en la convicción de que la

organización, el funcionamiento y el cambio de la vida social, en el sentido amplio, que comprende evidentemente la globalización están, ocasionados por la técnica y, en este caso, por la electrónica. En poco tiempo, las provincias, naciones y regiones, así como las culturas y civilizaciones, son permeadas y articuladas por los sistemas de información, comunicación y fabulación agilizados por la electrónica.

En la aldea global, además de las mercancías convencionales en formas antiguas y actuales, se empaquetan y se venden las informaciones. Se fabrican informaciones como mercancías. Son fabricadas y comercializadas en escala mundial. Las informaciones, los entretenimientos y las ideas son producidos, comercializados y consumidos como mercancías. (p. 5)

En este orden de ideas, el mundo globalizado ha dado origen a una comunidad virtual que interactúa a través de los medios electrónicos y los convierte en consumidores de un nuevo producto: la información. Dicha transformación del mundo plantea retos para el ordenamiento jurídico de los Estados, teniendo en cuenta la generación de novedades tales como un ciberespacio y nuevos productos basados en la información, traducidos en nuevas necesidades que no son ajenos a deberes, obligaciones y derechos, para los sujetos de derecho intervinientes.

El nacimiento de un nuevo tipo de negocios basado en el intercambio de mensajes de datos y no en la forma tradicionalmente conocida, escritos en papel, produjo la desconfianza de los consumidores, quienes se sintieron desprotegidos al evidenciar que dicha actividad mercantil no se encontraba regulada por normas jurídicas. De allí surge la necesidad de implementar reglas que permitan la seguridad jurídica en los medios electrónicos, permitiendo que haya confianza entre los comerciantes y los consumidores participantes dentro del comercio electrónico.

Generando que organismos internacionales se preocuparan por estudiar esta forma de comercio y así minimizar los riesgos existentes.

### 1.5. Regulación.

Con el fin de cooperar con el desarrollo de cuerpos normativos que posibilitaran las relaciones internacionales entre los Estados y los particulares frente al uso de las tecnologías de la información y la comunicación, la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas —ONU—, solicitó a la Comisión de la Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional —CNUDMI—, redactar un cuerpo normativo que regulara el asunto del comercio electrónico. Así fue clamada la Resolución 51/162 de 1996, por medio de la cual se aprobó la Ley Modelo de Comercio Electrónico, con el objeto de servir como marco de referencia para que los estados pudiesen adaptar la legislación a su correspondiente ámbito de aplicación.

La Ley Modelo no tiene el carácter de vinculante para los Estados, ya que estos son libres de adoptar o no sus disposiciones, incluso, en el evento de decidir adecuar dicha ley a sus legislaciones, tienen la opción de hacerlo de forma parcial (Camacho, 2006).

La globalización del comercio electrónico plantea un nuevo escenario de la manifestación de la voluntad originando una regulación jurídica que busca solucionar los problemas que se presentan en esta nueva esfera económica (Camacho, 2005). Las partes tienen la facultad de pactar de manera libre los métodos de autenticación que utilizarán. Los documentos que son generados a través de estos medios, siempre tendrán el valor de instrumento privado (Torres, 2005)

La autonomía de la voluntad, en el ámbito internacional, presenta dos modalidades; 1) La autonomía material; mediante la cual las partes tienen la posibilidad de integrar al contrato las

cláusulas que consideren necesarias, con la facultad de relegar las normas imperativas del derecho privado, prevaleciendo el acuerdo de voluntades que representa el elemento esencial en la contratación y, por tanto, se traduce en el elemento competente y aplicable al contrato, y 2) La autonomía conflictual; que consiste en la libertad que tienen las partes de manifestar, ya sea de forma tácita o expresa, la ley que regulará el contrato.

## 2. Comercio electrónico en Colombia

### 2.1. La actividad empresarial y la globalización en Colombia.

Es importante recordar que el comercio, como parte de la actividad empresarial, es uno de los menesteres del Estado Social de Derecho. Teniendo en cuenta los preceptos contenidos en el Título XII de la Constitución Política de Colombia, especialmente lo atinente a la función social, el estímulo del desarrollo empresarial<sup>4</sup>, la sostenibilidad fiscal, el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo, el acceso al conjunto de bienes y servicios básicos, y, la promoción de la productividad y la competitividad, son aspectos esenciales para alcanzar de manera progresiva los objetivos del Estado Social de Derecho<sup>5</sup>.

El mundo se encuentra en constante evolución y con el también evoluciona el comercio, Las barreras de espacio y tiempo que presentaba la actividad comercial en el pasado han sido

---

<sup>4</sup> Constitución Política de Colombia, art. 333. Se establece que en Colombia la iniciativa privada es libre al igual que la competencia económica. Así mismo, se asienta que la empresa tiene una función social por ser base del desarrollo. Por tanto, el Estado debe encargarse de fortalecer las organizaciones solidarias y estimular el desarrollo empresarial.

<sup>5</sup> Constitución Política de Colombia, art. 334. Con el fin de lograr el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y la preservación de un ambiente sano, por mandato de la Ley, para racionalizar la economía, el Estado está encargado de intervenir en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados. También está encargado de intervenir para que todas las personas tengan acceso efectivo al conjunto de bienes y servicios básicos, especialmente aquellas de bajos recursos.

quebrantadas con la conexión del mundo a través de la red. Por tanto, dicha evolución ha generado también un progreso en el Derecho cuyo fin consiste en estar también a la vanguardia de los fenómenos que revolucionan el mundo contemporáneo

Colombia no ha sido ajeno al tema de la globalización y, al igual que en la mayor parte del mundo, ha sido influido por los grandes cambios que ha traído consigo esta nueva era. En tal sentido, la Corte Constitucional en la Sentencia C-1147 de 2001, acepta que:

Los avances de la humanidad en los campos científico y tecnológico siempre han planteado retos al derecho. El desarrollo de nuevas técnicas de producción y el desenvolvimiento de complejas formas de comunicación, por citar tan sólo dos ejemplos, tienen efectos directos en la estructura política y económica de la sociedad, que, de acuerdo con su grado de incidencia en el tráfico jurídico, en la distribución de bienes y servicios escasos y en el ejercicio de los derechos fundamentales de las personas, demandan diferentes respuestas del ordenamiento jurídico.

El desarrollo tecnológico que comenzó a evidenciarse con fuerza en la década de 1990 en los países industrializados, permitiendo mejoras en el intercambio de bienes y prestación de servicios como actividades comerciales que comenzaron a realizarse de manera más ágil y eficaz. Motivó al legislador colombiano para expedir una ley al respecto, considerando la importancia de incorporar al ordenamiento jurídico, un cuerpo normativo que permitiera el acceso a canales eficientes de derecho mercantil. Y de esta manera, quebrantando los obstáculos que representan una deficiente y obsoleta regulación sobre el tema, facilitando las condiciones para lograr dicho fin. (Ley 527, 1999)

## 2.2. Legislación colombiana.

El antecedente jurídico que incentivó la expedición de una ley referente a este tipo de comercio, es la Ley modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico. Que vio la luz en el año de 1996, después de que la Asamblea General de la ONU aprobara la Resolución 51/162 del mismo año, recomendando su incorporación al derecho interno de cada Estado<sup>6</sup>. Considerando la necesidad de uniformidad en el derecho aplicable a los métodos de comunicación y almacenamiento de información que reemplazan a los que utilizan el papel (Ley Modelo CNUDMI, 1996).

La Ley Modelo sobre comercio electrónico 51/162 de 1996 de la CNUDMI, es un cuerpo normativo creado con el fin de servir como instrumento del derecho nacional de cada uno de los Estados, siendo el arquetipo para estructurar los textos legislativos concernientes al empleo de la informática y demás medios de comunicación utilizados en las relaciones comerciales. La Ley Modelo contiene una serie de principios generales que sugieren las pautas a seguir por los estados a la hora de implementar la reglamentación jurídica del comercio electrónico (Camacho, 2006).

En consecuencia, el portento del comercio electrónico se introdujo, normativamente hablando, en el Estado colombiano a través de la Ley 527 del 18 de agosto de 1999. Dicha ley contiene un total de cuarenta y siete artículos, de los cuales; veintisiete son una adaptación de la ley modelo de CNUDMI, con el contenido exacto sobre los mismos temas tratados en la ley modelo y, los veinte artículos restantes; hacen referencia a lo atinente con las firmas digitales, los suscriptores, las entidades de certificación y el organismo al cual le compete la vigilancia de estas entidades. (Rincón, 2006).

---

<sup>6</sup> Ley 527 de 1999, exposición de motivos. La Asamblea General de la ONU, mediante Resolución 51/162 de 1996 aprobó la ley modelo sobre Comercio Electrónico elaborada por la Cnudmi y recomendó su incorporación a los ordenamientos internos como un instrumento útil para agilizar las relaciones jurídicas entre particulares.

No obstante, antes de la expedición de la Ley 527 de 1999, e incluso antes de la expedición de la Ley Modelo de la CNUDMI, en el ordenamiento jurídico colombiano ya existían normas alusivas a las tecnologías de la información y la comunicación atinentes al comercio. El primer antecedente lo encontramos en el año 1993 con la expedición del Decreto 663, por medio del cual se actualizó el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y se modificó su titulación y numeración donde se plasmó la posibilidad de hacer uso de medios electrónicos:

Artículo 127. CONDICIONES DE LOS DEPÓSITOS DE AHORROS

(...)

6. Libreta. Con excepción de lo dispuesto en el artículo 126 numeral 2o, ningún establecimiento bancario podrá pagar depósitos de ahorros, o una parte de ellos, o los intereses, sin que se presente la libreta u otra constancia de depósito y se haga en ella el respectivo asiento al tiempo del pago, salvo en aquellos casos en que el pago se produzca mediante la utilización por parte del usuario de un medio electrónico que permita dejar evidencia fidedigna de la transacción realizada.

(Decreto 663, 1993, art. 127)

Posteriormente, en el año 1995 se expidió la Ley 222 por medio de la cual se implementaron reformas al Código de Comercio, donde se da libre vía a la realización de reuniones no presenciales de los accionistas de una empresa permitiendo el uso de las tecnologías de la información siempre y cuando existiera prueba de ello en las reuniones impartidas por los accionistas:

Artículo 19. REUNIONES NO PRESENCIALES. Siempre que ello se pueda probar, habrá reunión de la junta de socios, de asamblea general de accionistas o

de junta directiva cuando por cualquier medio todos los socios o miembros puedan deliberar y decidir por comunicación simultánea o sucesiva. En este último caso, la sucesión de comunicaciones deberá ocurrir de manera inmediata de acuerdo con el medio empleado. (Ley 222, 1995, art. 19)

En materia tributaria, el primer antecedente se evidencia en el año de 1995 con la expedición de la Ley 223, por la cual se expidieron normas sobre Racionalización Tributaria y se dictaron otras disposiciones, allí se estableció como documento equivalente a la factura, la denominada factura electrónica:

ARTICULO 37. Adicionase el Estatuto Tributario con el siguiente artículo:

"Artículo 616-1. Factura o Documento Equivalente. La factura de venta o documento equivalente se expedirá, en las operaciones que se realicen con comerciantes, importadores o prestadores de servicios o en las ventas a consumidores finales.

"Son documentos equivalentes a la factura de venta: El ticket de máquina registradora, la boleta de ingreso a espectáculos públicos, la factura electrónica y los demás que señale el Gobierno Nacional.

"Dentro de los seis meses siguientes a la vigencia de esta Ley, el Gobierno Nacional reglamentará la utilización de la factura electrónica". (Ley 223, 1995, art. 37)

En este sentido, el gobierno expidió el Decreto 1094 de 1996 con el fin de reglamentar la utilización de la factura electrónica, definiendo la misma como "el documento computacional

que soporta una transacción de venta de bienes o prestación de servicios, transferido bajo un lenguaje estándar universal denominado Edifact<sup>7</sup> de un computador a otro”.

Por último, el Decreto 2150 de 1995, permitió la supresión y reformación de regulaciones, procedimientos o trámites innecesarios existentes en la Administración Pública, integrando las transferencias electrónicas de fondos con el fin de pagar obligaciones a favor de entidades estatales. Además de establecer como deber de la Administración Pública, la habilitación de sistemas de transmisión electrónica de datos con el fin de que los usuarios puedan enviar y recibir información que sea requerida en las actuaciones frente a la administración:

#### Artículo 4. CANCELACIÓN DE OBLIGACIONES A FAVOR DEL ESTADO.

La cancelación de obligaciones dinerarias en favor de las entidades de la Administración Pública, podrá realizarse a través de cualquier medio de pago, incluyendo las transferencias electrónicas de fondos, abono en cuenta y sistemas de crédito mediante la utilización de tarjetas.

Para tal efecto, las entidades públicas deberán difundir amplia y profusamente, las tablas y las tarifas que permitan a los particulares efectuar la liquidación y pago de tales obligaciones.

(...)

---

<sup>7</sup> *EDIFACT* son las siglas de Electronic Data Interchange For Administration, Commerce and Transport lo cual se traduce como Intercambio electrónico de datos para la Administración, Comercio y Transporte. Es un conjunto de normas, directorios y directrices de las Organizaciones de las Naciones Unidas para el Intercambio Electrónico de Datos, compuesto por reglas aplicables a los diferentes entornos de negocios como los son: aduanero, distribución, transporte, etc. Este estándar permite que entre los computadores de la empresa emisora y la empresa receptora, pueda tramitarse información relacionada con las facturas, órdenes de compra, y demás documentos comerciales que permitan su trámite de forma electrónica, lo cual representa un significativo ahorro de tiempo.

Artículo 26. Utilización del sistema electrónicos de archivo y transmisión de datos. Las entidades de la Administración Pública deberán habilitar sistemas de transmisión electrónica de datos para que los usuarios envíen o reciban información requerida en sus actuaciones frente a la administración.

En ningún caso las entidades públicas podrán limitar el uso de tecnologías para el archivo documental por parte de los particulares, sin perjuicio de los estándares tecnológicos que las entidades públicas adopten para el cumplimiento de algunas de las obligaciones legales a cargo de los particulares. (Decreto 2150, 1995, art. 4)

Por tanto, en el ordenamiento jurídico colombiano, antes de la expedición de la Ley que regulara el comercio electrónico, dicho tema ya se había tenido en cuenta tanto por el legislador como por el gobierno a la hora de expedir normas, aunque lo hicieran de manera implícita.

Ahora bien, el concepto de comercio electrónico, en términos jurídicos, fue implementado por el literal b) del Artículo 2° de la Ley 527 de 1999, norma que lo define de la siguiente manera:

Comercio electrónico. Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial; mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de

mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera; (Ley 527, 1999, art. 2)

La misma norma define términos relevantes como el mensaje de datos y el EDI:

a) Mensaje de datos. La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), Internet, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax;

(...)

e) Intercambio Electrónico de Datos (EDI). La transmisión electrónica de datos de una computadora a otra, que está estructurada bajo normas técnicas convenidas al efecto; (Ley 527, 1999, art. 2)

Las definiciones suministradas por el legislador corresponden con las plasmadas en la Ley modelo de la CNUDMI, salvo que, en la Ley colombiana se agregó una palabra clave en el tema del comercio electrónico: Internet<sup>8</sup>.

El desarrollo del comercio electrónico a través de internet plantea un nuevo escenario tecnológico que requiere de atención por parte del Estado colombiano, con el fin de que, en este nuevo espacio creado a través de la red de redes, se cumplan también los preceptos

---

<sup>8</sup> Ley modelo de la Cnudmi, art. 1. Establece que por mensaje de datos se entenderá: “La información generada, enviada, recibida o archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos (EDI), el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax”.

De lo anterior se ha de notar que no hace referencia directa al internet, como si lo hace la Ley 527 de 1999.

constitucionales. Aunque en el denominado ciberespacio<sup>9</sup> la realidad es virtual, los derechos no lo son. Por lo tanto, el goce de las garantías constitucionales debe extenderse al escenario creado por la aldea global (Corte Constitucional, 2001, sentencia C-1147).

Lo anterior fue considerado por la Corte Constitucional en Sentencia C-1147 de 2001, donde se manifiesta que:

A nadie escapa el valor que tienen dentro de un sistema global de comunicaciones, como Internet, derechos y libertades tan importantes para la democracia como el derecho a la igualdad (artículo 13 C.P.), la intimidad y el habeas data (artículo 15 C.P.), la libertad de conciencia o de cultos (artículos 18 y 19 C.P.), la libertad de expresión (artículo 20 C.P.), el libre ejercicio de una profesión u oficio (artículo 26 C.P.), el secreto profesional (artículo 74 C.P.) y el ejercicio de los derechos políticos que permiten a los particulares participar en las decisiones que los afectan (artículos 2 y 40 C.P.), por citar tan sólo algunos ejemplos. Nadie podría sostener que, por tratarse de Internet, los usuarios sí pueden sufrir mengua en sus derechos constitucionales.

En este orden de ideas, es claro que la red no debe ser ajena al control constitucional, dado que las relaciones tanto personales como comerciales, que en el mundo físico se presentan, se efectúan en condiciones semejantes en el mundo virtual, siendo esta última palabra la diferencia

---

<sup>9</sup> En Rincón (2006) se hace referencia al ciberespacio considerando lo siguiente:

Al ser Internet o el Ciberespacio, como es denominado por el profesor Daniel Peña Valenzuela, en un ámbito más amplio, un nuevo espacio de contraposición de intereses, que debe ser regulado de manera legal y social, la regulación tradicional tiene como condicionamiento la construcción y desarrollo de las herramientas tecnológicas, las redes e instrumentos de telecomunicaciones, los programas de ordenador y los controles de seguridad de contenidos y transacciones en línea. (p. 19)

existente entre la forma tradicional y la forma de la nueva era. Sin embargo, debe considerarse que, dada la constante y veloz evolución de la tecnología, la pertinencia en la regulación del comercio electrónico no debe supeditarse de forma exclusiva a la autoridad constitucional, tal como la Honorable Corte lo ha manifestado en su jurisprudencia:

No obstante, esta Corporación no desconoce que debido a la rapidez con la que evoluciona la tecnología que se emplea en Internet, y al ingenio y creatividad de muchos de sus operadores, los preceptos jurídicos expedidos con el propósito de regular las actividades que se desarrollan por este medio de comunicación pueden resultar inocuos para alcanzar algunas de las finalidades que persiguen. Ciertamente, en estos casos, en los que la regulación existente resulte ineficaz para alcanzar los objetivos que orientan su creación, a causa de las novedades técnicas que se presentan, es a la rama legislativa, y no a la Corte, a quien corresponde tomar las decisiones que cada evento amerite. (Corte Constitucional, 2001, sentencia C-1147)

En el año 2000, con la expedición de la Ley 633, se estableció la obligación de inscripción en el registro mercantil e información a la DIAN sobre las transacciones económicas, para quienes ejerzan el comercio electrónico a través de internet en Colombia. La pretensión de esta norma, con la implementación de los dos deberes allí establecidos; el carácter comercial y tributario, está orientada a que el Estado pueda contar con la información necesaria sobre la existencia de agentes económicos que afluyen al medio electrónico del internet, como creador de un nuevo escenario de acción (Corte Constitucional, 2001, sentencia C-1147).

### 2.3. Fuente de obligaciones en Colombia.

En lo atinente a las obligaciones emanadas de este tipo de comercio, es importante recordar las fuentes establecidas por la ley civil, que al respecto establece que:

Las obligaciones nacen, ya del concurso real de las voluntades de dos o más personas, como en los contratos o convenciones; ya de un hecho voluntario de la persona que se obliga, como en la aceptación de una herencia o legado y en todos los cuasicontratos; ya a consecuencia de un hecho que ha inferido injuria o daño a otra persona, como en los delitos; ya por disposición de la ley, como entre los padres y los hijos de familia. (Código civil, 1873, art. 1494)

De esta manera, en el comercio electrónico se generan obligaciones en materia contractual, en las cuales, el derecho que rige para el Estado Colombiano se mantiene intacto. Pues, los medios electrónicos únicamente representan un medio y soporte novedoso para realizar transacciones, a las cuales les es aplicable el derecho preexistente en lo concerniente a la perfección, desarrollo y ejecución de los contratos (Rincón, 2006).

El Código Civil define el contrato como “un acto por el cual una parte se obliga para con otra a dar, hacer o no hacer alguna cosa. Cada parte puede ser de una o de muchas personas.” (Art. 1495). Por su parte, el Art. 864 del Código de Comercio, define el contrato como:

Un acuerdo de dos o más partes para constituir, regular o extinguir entre ellas una relación jurídica patrimonial, y salvo estipulación en contrario, se entenderá celebrado en el lugar de residencia del proponente y en el momento en que éste reciba la aceptación de la propuesta.

Por consiguiente, en el comercio electrónico se habla de contratos electrónicos. Este tipo de contratos, no son una nueva modalidad de contratación, tan sólo son contratos tradicionalmente

celebrados que se realizan a través de medios electrónicos, lo cual representa su peculiaridad (Vega, 2005).

Los aspectos que caracterizan el contrato electrónico son los siguientes:

- a) Carácter consensual: el concepto general continúa invariado.
- b) En consecuencia, el acuerdo se produce mediante la concurrencia de la oferta y la aceptación, lo que supone e implica determinadas calificaciones respecto a la manera en que se presentan los bienes y servicios (en las páginas web).
- c) Que la emisión de las declaraciones de voluntad se produce a través de medios electrónicos.
- d) La necesaria intervención de la técnica en lo que se refiere al tratamiento y almacenamiento de los datos.
- e) La conexión de las partes a una red.
- f) La falta de presencia física de las partes; que no debe confundirse con la existencia o no de simultaneidad. (Camacho, 2006, pág. 10)

Dentro de las formas tradicionales de contratación, que se involucran en el comercio electrónico, encontramos el derecho de libertad contractual, basada en la libertad de empresa, la libertad de competencia y la autonomía privada de la voluntad (Rincón, 2006). Las partes contratantes se amparan en el principio de autonomía de la voluntad, el cual se encuentra generalmente establecido por las normas de derecho internacional y la nueva ley mercatoria, aspecto que les da plena libertad para negociar de forma independiente el derecho que será

aplicado a la relación contractual, así como la solución a las controversias que se pudiesen presentar.

Así mismo, debe admitirse que la complejidad de algunas transacciones por medios electrónicos, determina un cambio en el derecho aplicable, ya que en ocasiones se presentan vacíos jurídicos al momento de determinar los problemas y soluciones de los aspectos más relevantes del comercio electrónico (Rincón, 2006). De esta forma, se generan problemas relacionados con la existencia y validez de los contratos mercantiles, conflictos de leyes en el tiempo y espacio, y conflictos jurisdiccionales, situaciones que ocurren no solo en los contratos tradicionalmente celebrados, es decir, los de forma escrita, sino también en los que se celebran a través de medios electrónicos, generando diversos problemas de índole tributaria, como por ejemplo; la evasión de impuestos o doble tributación (Vásquez, 2007).

Los contratos electrónicos, en cuanto a su consumación, se clasifican en consensuales que son usualmente celebrados por medios electrónicos y los reales que, pese a la forma de perfeccionamiento de esta clase de contratos, también pueden ser llevados a cabo de forma excepcional a través de medios electrónicos (Vega, 2005). El contrato es real, de conformidad con el Código Civil Colombiano, cuando exige de la entrega de la cosa o bien y, es consensual, cuando requiere únicamente del consentimiento para su perfeccionamiento (Art. 1500).

En cuanto al contrato real, en la mayoría de los casos resulta imposible de perfeccionar a través de medios electrónicos cuando de mercancías físicas se trata, sin embargo, el contrato es real cuando el bien objeto de contrato es una mercancía virtual como en el caso de la compra de libros electrónicos.

Por otro lado, al centrarse en el tema de la autonomía de la voluntad como aspecto fundamental dentro de la libertad contractual, es importante resaltar que dicho principio establece que el sujeto de derecho únicamente se somete a las obligaciones que haya consentido y, por tanto, son aquellas obligaciones las que surtirán efectos jurídicos.

De conformidad con lo normado en el Art. 1602 del Código Civil Colombiano, los contratos tienen el carácter de ser ley para las partes. El ordenamiento jurídico colombiano permite a los comerciantes expresar su voluntad de contratar u obligarse de forma verbal, escrita o por cualquier modo inequívoco (Código de comercio, 1971, art. 824).

En materia de comercio electrónico la forma más utilizada para manifestar el consentimiento en el acuerdo telemático es denominada point and click<sup>10</sup>, que se refiere a la declaración de aceptación al presionar una tecla del computador, del mouse o de cualquier otro mando que permita la transmisión de la voluntad a la contraparte, quien no se encuentra presente en el mismo plano físico del emisor. (Vega, 2005)

Por su parte el Artículo 11.1 de la Ley modelo de la CNUDMI establece que:

En la formación de un contrato, de no convenir las partes otra cosa, la oferta y su aceptación podrán ser expresadas por medio de un mensaje de datos. No se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación un mensaje de datos. (Ley modelo de la CNUDMI, 1996, art. 11.1)

La anterior disposición fue adoptada por el legislador en la Ley 527 de 1999:

---

<sup>10</sup> Expresión del idioma inglés que significa “apuntar y clicar”. Es un concepto generalmente utilizado en el campo de los videojuegos y consiste en dar clic de forma consecutiva sobre uno o varios objetos con uno de los botones del Mouse, generalmente el del lado derecho.

ARTÍCULO 14. Formación y validez de los contratos. En la formación del contrato, salvo acuerdo expreso entre las partes, la oferta y su aceptación podrán ser expresadas por medio de un mensaje de datos. No se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación uno o más mensajes de datos. (Ley 527, 1999, art. 14)

Asimismo, la Ley 527 de 1999, de forma general, da reconocimiento jurídico a los mensajes de datos al no negar sus efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a todo tipo de información con dicha característica (Art. 5), extendiéndose dicha disposición a las relaciones privadas entre el iniciador y el destinatario (Art. 15). Siendo así, en la contratación electrónica en Colombia, la manifestación de la voluntad presenta una forma especial de emisión que se manifiesta a través de un mensaje de signos con multiplicidad de configuraciones, entre las que se localiza el EDI y los métodos de firma electrónica, donde se abarcan las declaraciones de voluntad del oferente y el aceptante. Por tanto, cuando se efectúa la manifestación de la voluntad a través de medios electrónicos con el fin de perfeccionar el contrato, los efectos son iguales a los producidos cuando la manifestación de la voluntad se hace de forma escrita u oral, pues, el surgimiento y la difusión de las nuevas técnicas hacen que los conceptos jurídicos tradicionales deban adaptarse a las necesidades preponderantes en cada momento (Vega, 2005).

Por consiguiente, la complejidad del contrato electrónico no surge de la existencia de nuevos principios jurídicos sino del uso de un medio vehicular que permite la transmisión de la manifestación de la voluntad referente a la oferta. Como a la aceptación de que son novedosos y desconocidos para muchos de los intervinientes. Con el fin de que esta nueva vía de perfección de los contratos tenga la confianza de los actores intervinientes dentro de él, la transferencia del consentimiento debe ser segura, es decir, hay que evitar la interceptación y alteración de las

comunicaciones y, a su vez, hacer permisible la constatación y acreditación de la manifestación de la voluntad por medios electrónicos con la misma facilidad que un documento escrito. (Vega, 2005)

#### 2.4. Validez de los mensajes de datos en el ordenamiento jurídico colombiano.

Con referencia a las actividades realizadas a través de un nuevo escenario, es necesario resaltar la importancia de los mensajes de datos, cuya relevancia trasciende al punto de ser fuente de derechos y obligaciones por las razones antes expuestas. En este escenario intervienen dos actores importantes: el primero es denominado como iniciador, definido por el Decreto 1747 de 2000<sup>11</sup> como “persona que actuando por su cuenta, o en cuyo nombre se haya actuado, envíe o genere un mensaje de datos”, y, el segundo, es el destinatario, quien no es otro que el receptor del mensaje de datos proveniente del iniciador.

En efecto, es importante tomar en consideración las manifestaciones de la honorable Corte Constitucional que, frente al contenido del mensaje de datos, expresó lo siguiente:

La noción de mensaje comprende la información obtenida por medios analógicos en el ámbito de las técnicas de comunicación modernas, bajo la configuración de los progresos técnicos que tengan contenido jurídico.

(...)

Cuando en la definición de mensaje de datos se mencionan los “medios similares”, se busca establecer el hecho de que la norma no está exclusivamente destinada a conducir las prácticas modernas de comunicación, sino que pretende

---

<sup>11</sup> El Decreto 1747 de 2000 fue expedido para reglamentar parcialmente la Ley 527 de 1999, en lo relacionado con las entidades de certificación, los certificados y las firmas digitales.

ser útil para involucrar los adelantos tecnológicos que se generen en un futuro.

(Corte Constitucional, 2000, sentencia C-662)

De acuerdo con Erick Rincón (2006), el mensaje de datos presenta las siguientes posibilidades:

- El mensaje de datos obliga a quien lo expide y vincula a sus destinatarios.
- El mensaje de datos tiene valor y fuerza probatoria al tratarse de una prueba contenida en un documento, con lo que se pone fin a la discusión sobre la admisibilidad como prueba de los documentos electrónicos, iniciada con el uso del télex y el telefax y seguida con la utilización de tecnologías como el EDI e internet.
- Además, ya no es sólo original el papel escrito, sino, también, el mensaje de datos que tenga las características propias de serlo. (Rincón, 2006, pág. 47)

Sentado esto y de conformidad con Rincón (2006) una de las características fundamentales del mensaje de datos es que dicho mecanismo sirve como prueba de la existencia de la manifestación de la voluntad de las partes para comprometerse, siendo un documento legible que permite su presentación ante la autoridad competente, admitiendo su almacenamiento e inalterabilidad en el tiempo y permitiendo su fácil revisión.

La seguridad de la información transmitida a través de medios electrónicos es menester, teniendo en cuenta que para la integridad de un mensaje de datos se requiere que la información allí contenida permanezca completa e inalterada, excepto en el evento en que se presente algún endoso o cambio inherente al proceso de comunicación, archivo o presentación (Ley 527, 1999). Por esa razón, el artículo 6 de la ley 527 de 1999, dispone que en el evento de que una norma

exija que la información figure por escrito, bastará un mensaje de datos para satisfacer dicho requisito, siempre y cuando, la información contenida en el mensaje, pueda ser consultada posteriormente (Rincón, 2006). Tal como lo reconoce la ley, los mensajes de datos tienen valor probatorio (Hernández, 2010).

En este orden de ideas, el mensaje de datos tiene que ser tratado de la misma forma que los documentos elaborados en papel, al contar con la misma eficacia jurídica, pues los mismos criterios son observados tanto en el documento escrito como en el mensaje de datos (Rincón, 2006).

Lo establecido en el artículo 6° de la ley 527 de 1999 se traduce en el principio de equivalentes funcionales de los actos jurídicos celebrados por medios electrónicos con relación a los suscritos en medios físicos o través de manuscrito y los realizados verbalmente. Dicho principio representa el principal cimiento de la interrelación del derecho con las nuevas tecnologías. El principio en mención es resumido por Rincón (2006) de la siguiente manera:

La función jurídica que cumple la instrumentación escrita y autógrafa respecto de todo acto jurídico, o su expresión oral, la cumple de igual forma la instrumentación electrónica a través de un mensaje de datos, con independencia del contenido, extensión y alcance y finalidad del acto así instrumentado. (pág.33)

La Corte Constitucional señala que la ley 527 de 1999 acoge el principio de equivalentes funcionales, considerando que los mensajes de datos deben recibir el mismo tratamiento de los documentos consignados en papel, lo que significa que, los mensajes de datos tienen la misma eficacia jurídica ya que cumple con las mismas pautas de un documento, cumpliendo con los

requisitos de forma, fiabilidad, inalterabilidad y rastreabilidad, aplicados a los documentos en papel. (Rincón, 2006)

De allí, se desprenden otros principios existentes en este tipo de comercio y que son denominados como; la neutralidad tecnológica que consiste en la posibilidad de que las normas puedan comprender las tecnologías que dieron origen a su reglamentación, como también aquellas tecnologías que se desarrollan y se desarrollarán, representando la definición del entorno dentro del cual la ley será aplicable y la buena fe como principio general del derecho, también se hace presente dentro del comercio electrónico, con una especial relevancia, al tratarse del intercambio de bienes y servicios a través de medios tecnológicos basados en la confianza entre las partes contratantes (Rincón, 2006).

### 3. El consumidor de comercio electrónico en Colombia

#### 3.1. La ciber seguridad en Colombia.

Actualmente la seguridad de los usuarios de las tecnologías de la información y las comunicaciones representa un menester del gobierno, razón por la cual en el vigente Plan Nacional de Desarrollo se contempla la adopción de las TIC y el comercio electrónico en las pymes con el objeto de incrementar los niveles de competitividad de estas empresas. Así mismo, se establece que el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones promoverá el uso responsable de las TIC a través de la estrategia denominada En TIC Confío<sup>12</sup>, considerando los riesgos a los que se encuentra expuesta la población al utilizar frecuentemente dichas herramientas. Los principales riesgos considerados que justifican la implementación de la

---

<sup>12</sup> En TIC confío es una estrategia de promoción del uso responsable de internet y de las TIC, implementada por el gobierno con el fin de ayudar a la sociedad a desenvolverse e interactuar responsablemente con las TIC, promoviendo la no tolerancia con la pornografía infantil y la convivencia digital.

estrategia son: la ciber-dependencia, el ciber-acoso, el fraude electrónico y la pornografía infantil; los cuales se encuentran a un solo clic de la misma forma en que se encuentran las oportunidades en internet (Plan Nacional de Desarrollo, 2014).

Con el fin de estimular el comercio electrónico, el Gobierno Colombiano ha generado varias políticas, entre ellas; el documento Conpes 3854 expedido en el año 2016 que corresponde a la política nacional de seguridad digital, generado gracias al aumento del uso de la tecnología en el desarrollo de la actividad económica y social. Esto implica el desasosiego de los usuarios frente a los riesgos inherentes de la seguridad digital y que deben ser permanentemente resueltos, de lo contrario, se presentarían amenazas y ataques cibernéticos perjudiciales para la integridad de los mismos, traduciéndose en efectos negativos de tipo económico y social para Colombia (Documento Conpes 3854, 2016).

La política nacional de seguridad digital tiene como objetivo el fortalecimiento de las competencias de las diversas partes interesadas para identificar, gestionar, tratar y mitigar los riesgos de seguridad digital que se presentan en las actividades socioeconómicas en el ámbito digital. Basado en la cooperación, la colaboración y la asistencia y con la finalidad de coadyuvar en la progresión de la economía digital colombiana se manifiesta un impulso para el mejoramiento de la prosperidad económica y social del país (Documento Conpes 3854, 2016).

En materia penal, en el año 2009 se expidió la Ley 1273 por medio de la cual se modificó el Código Penal Colombiano con la creación de un nuevo bien jurídico tutelado denominado: de la protección de la información y de los datos. Esta Ley trata sobre los atentados contra la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad de los datos y de los sistemas informáticos además de los atentados informáticos y otras infracciones (Código penal, 2000).

En cuanto a la protección del derecho fundamental de información de la población, en el año 2012 se expidió la Ley Estatutaria 1581, dictando disposiciones generales para la protección de datos personales. El objeto de esta Ley es el siguiente:

Desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma. (Ley Estatutaria 1581, 2012, art. 1)

Finalmente, la Circular Externa 042 de 2012 expedida por la Superintendencia Financiera de Colombia, establece los requerimientos con los que deben cumplir las entidades que ofrecen la realización de operaciones por internet. En dicho acuerdo, la Superintendencia Financiera, hace exigencias encaminadas a proteger la información financiera de quienes realizan transacciones a través de internet, garantizando a los usuarios el uso seguro de las plataformas de pago disponibles en el ciberespacio.

3.2. Protección del consumidor de comercio electrónico en el ordenamiento jurídico colombiano.

Por disposición constitucional, la empresa que es definida por el Código de Comercio como “toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios” (Art. 25), y como base del desarrollo, tiene una función social que conlleva obligaciones, de modo que el Estado impedirá

cualquier abuso que se origine de la posición dominante de una empresa en el mercado nacional (Art. 333).

Al respecto, la Corte Constitucional ha considerado que:

(...) la economía de mercado es un elemento constitutivo de la Constitución económica de cuyo funcionamiento adecuado depende la eficiencia del sistema productivo y el bienestar de los consumidores; (...) la competitividad y la soberanía de los consumidores, son elementos que sin una activa y transformadora acción estatal de tipo corrector, fácilmente decaen y pierden toda incidencia, pudiendo fácilmente ser sustituidos por la unilateralidad de las fuerzas predominantes en el mercado y por el alienante y desenfrenado consumismo de masas. (Corte Constitucional, 1997, sentencia C-535)

La norma superior que protege los derechos de los consumidores es el Art. 78 de la Constitución Política, donde se establece que a través de la ley se ejercerá el control de calidad de los bienes y los servicios que se prestan a la sociedad. Dicha disposición se cumple actualmente con la Ley 1480 de 2011, por la cual se expide el Estatuto del Consumidor.

La proclamación de los derechos de los consumidores genera como consecuencia el enriquecimiento del comercio por cuanto representa una mejora al mercado. Esto se debe a que el reconocimiento de tales derechos, a través de normas, permite corregir los defectos de la actividad comercial y contrarresta la posición subordinada del consumidor en las relaciones privadas con su contraparte. (Stiglitz R. y Stiglitz G., 1985)

La protección de los derechos de los consumidores más que un derecho es una necesidad que cobra aún más importancia con la revolución tecnológica del mundo contemporáneo. Esto se encuentra en concordancia con las palabras de Parra (2011) quien afirma que:

La necesidad de protección del consumidor ante las consecuencias que se derivan de una producción y consumo en masa quedan en evidencia de manera rotunda en el ámbito de la reparación de daños. El desarrollo tecnológico y las nuevas formas de producción conllevan grandes beneficios para los consumidores, pero también les exponen a riesgos más graves derivados de fallos técnicos, errores en la producción, insuficiente análisis de las consecuencias secundarias de algunos productos, etc. (p.8)

Puede decirse entonces que lo anterior fue tenido en cuenta por el legislador al momento de la expedición del Estatuto del Consumidor, al dedicar un capítulo completo al comercio electrónico denominado Protección al Consumidor de Comercio Electrónico, integrado por siete normas que regulan asuntos relevantes tales como; obligaciones para los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos, derecho de retracto; protección de niños, niñas y adolescentes en el comercio electrónico, portales de contacto; con el fin de poder presentar quejas o reclamos y medidas cautelares; en el caso de existir indicios graves de violación de los derechos de los consumidores.

En primer lugar, el Estatuto del consumidor estableció que por comercio electrónico se entenderá “la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concertadas a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios” (Art. 49). Norma que respeta las disposiciones contenidas en la Ley 527 de 1999.

El capítulo destinado a los consumidores del comercio electrónico en Colombia se basa principalmente en la información de que es un derecho cobijado por la Carta Política, a través del cual “se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación” (Const., 1991, art. 20), y que a su vez se convierte en un deber del Estado. Por tanto, a través de la ley debe regularse la información que al público es suministrada en la comercialización de bienes y servicios (Const., 1991, art. 78).

En consecuencia, en materia de comercio electrónico, los preceptos constitucionales anteriormente mencionados se cumplen con las disposiciones del Art. 50 del Estatuto del Consumidor, donde se pautan obligaciones para los proveedores y expendedores de bienes y servicios que utilicen medios electrónicos y se encuentren localizados dentro del territorio nacional colombiano. Tales obligaciones se resumen a continuación:

Los actores antes mencionados se obligan a suministrar de manera permanente información concerniente a su calidad de comerciante, tales como nombre o razón social, Número de Identificación Tributaria –NIT–, dirección de notificación judicial y datos de contacto (Literal a, art. 50). También están obligados a presentar información precisa sobre los productos que ofrecen a través de medios electrónicos, indistintamente de presentarlos en imágenes, con el fin de que los consumidores puedan tener la más cercana representación de los productos, para lo cual deberán indicar características tales como peso, medidas, material, origen, calidad, cantidad, entre otros (Literal b, art. 50).

Otra de las obligaciones concernientes a la información está orientada al precio total del producto o servicio con impuestos incluidos, los costos adicionales que el consumidor deba asumir, los medios de pago, el tiempo de entrega, el derecho de retracto y procedimiento para

ejercerlo (Literal c, art. 50). También es obligación del proveedor o expendedor, publicar en el medio que utilice, la condiciones generales de sus contratos electrónicos, de forma previa y posterior al proceso de contratación independientemente de que se haya o no expresado la intención de contratar, el cual debe estar disponible para ser fácilmente consultado, impreso y descargado (Literal d, art. 50). Asimismo, el plazo de validez de la oferta y la disponibilidad que presenta el producto deben ser indicadas, al igual que el tiempo de duración mínima cuando se trate de contratos de tracto sucesivo (Literal b, art. 50).

El Estatuto del Consumidor trae múltiples beneficios para el consumidor de comercio electrónico, entre los que se encuentra la posibilidad de cancelar la aceptación de una transacción hasta el instante previo de su conclusión (Literal d, art. 50), lo que supone otra obligación para el proveedor o expendedor, quien debe integrar esta opción en el medio electrónico que utilice. Aunado a este derecho, al consumidor electrónico también le asiste el derecho de retracto, por medio del cual, para el caso de compraventa de bienes, tiene la posibilidad de, entre los primeros cinco días hábiles de la entrega del bien, hacer la devolución del mismo en iguales condiciones en que le fue entregado y a través del mismo medio y, para el caso de la prestación de un servicio, durante los primeros cinco días de la celebración del contrato, siempre y cuando el mismo no se haya comenzado a ejecutar y con algunas excepciones<sup>13</sup>, se tiene la posibilidad de cancelar la prestación del servicio contratado (Art. 47).

---

<sup>13</sup> El Estatuto del consumidor frente al derecho de retracto, establece excepciones en los siguientes casos:

1. En los contratos de prestación de servicios cuya prestación haya comenzado con el acuerdo del consumidor;
2. En los contratos de suministro de bienes o servicios cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones de coeficientes del mercado financiero que el productor no pueda controlar;

El derecho de retracto, en todo caso, conlleva a la devolución del dinero por parte del proveedor, el cual debe reembolsar en su totalidad, en un plazo máximo de treinta días calendario, contados a partir del momento del ejercicio del derecho de retracto, el dinero entregado por el consumidor. Debe tenerse en cuenta que los costos generados con la devolución del producto deben ser asumidos por el consumidor. En materia contractual, el derecho de retracto se entenderá pactado por parte del consumidor y, cuando haga uso de este, el contrato se resolverá (Art. 47).

### Conclusiones y recomendaciones

El desarrollo de la humanidad a través de los avances tecnológicos, especialmente en el campo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación – TIC, ha producido importantes cambios que influyen en la cultura, la política y en la economía de los Estados, generando, en el mundo contemporáneo, aquello que se conoce como la era de la información .

Los cambios en esta nueva era han creado un escenario virtual denominado aldea global, que reúne a las diferentes comunidades del planeta en un solo lugar denominado ciberespacio.

Aunque el comercio electrónico abarca el ejercicio de la actividad comercial a través de cualquier medio que posea la característica de ser electrónico, el principal medio utilizado es el

- 
3. En los contratos de suministro de bienes confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor o claramente personalizados;
  4. En los contratos de suministro de bienes que, por su naturaleza, no puedan ser devueltos o puedan deteriorarse o caducar con rapidez;
  5. En los contratos de servicios de apuestas y loterías;
  6. En los contratos de adquisición de bienes perecederos;
  7. En los contratos de adquisición de bienes de uso personal. (Ley 1480, 2011, art 47)

internet, en donde se concentra la llamada aldea global y a través del cual se realizan la mayor cantidad de operaciones de este tipo de comercio.

El comercio electrónico permite hacer negocios las veinticuatro horas del día, siete días a la semana, durante los trescientos sesenta y cinco días del año, y desde cualquier parte del mundo, quebrantando las barreras del tiempo y la distancia.

Los cambios antes mencionados han obligado a las empresas a adaptarse al nuevo sistema de comercio, teniendo que evolucionar con el fin de atender efectivamente las nuevas necesidades de los clientes. En esta nueva era, a través del comercio electrónico, no solo se comercializan los bienes y los servicios tradicionales sino que se ha creado un nuevo producto que es la información.

La existencia de este escenario ha generado retos para los diferentes ordenamientos jurídicos de los países. Colombia no ha sido indiferente a dichos cambios y ha tenido que adaptarse a ellos, afrontando los retos que consigo trae la globalización y la era de la información. No obstante, la legislación colombiana no tuvo que ser objeto de grandes modificaciones, sino que se ajustó a las nuevas circunstancias presentadas.

El legislador colombiano ha tenido en cuenta las recomendaciones de la Ley modelo de la CNUDMI y adoptó lo establecido en ella a través de la expedición de la Ley 527 de 1999, encargada de regular aspectos básicos y fundamentales del comercio electrónico, abriendo las puertas a la nueva era de la actividad mercantil en Colombia.

En materia de obligaciones en el comercio electrónico, puede observarse que su fuente se ajusta a la legislación civil colombiana, basándose en el contrato, que para este caso es celebrado

de manera electrónica y que tiene la misma validez que el efectuado de la forma tradicional: el papel.

La ejecución del contrato electrónico puede desarrollarse de dos formas: de forma directa, cuando existe la posibilidad de realizar todas sus fases a través de medios electrónicos, como por ejemplo cuando se trata de la compraventa de un libro electrónico el cual puede ser descargado inmediatamente después de efectuado el pago; y de forma indirecta, cuando el contrato se desarrolla a través de medios electrónicos pero la ejecución del mismo se sujeta a medios no electrónicos, como por ejemplo cuando el mismo libro es comprado a través de internet en su versión impresa, por lo cual, la entrega de la mercancía sólo es posible en el mundo físico a través de una empresa de logística.

El legislador otorgó validez jurídica a la manifestación de la voluntad efectuada a través de medios electrónicos, siendo los mensajes de datos una prueba legítima en caso de controversias, siempre y cuando puedan ser consultados y no presenten alteraciones no permitidas en su contenido.

En cuanto a la protección de los derechos de los consumidores, se expidió el Estatuto del Consumidor que dedica un capítulo completo a este tipo de comercio, estableciendo obligaciones para los proveedores del comercio electrónico con el fin de proteger los derechos que deben gozar los consumidores. Con este cuerpo normativo, en materia de comercio electrónico, se satisfacen preceptos constitucionales sumamente relevantes, sobre todo los relacionados con el derecho a la información.

Así mismo, el legislador creó un nuevo bien jurídicamente tutelado, basado en los delitos que se presentan a través de medios electrónicos. Por tanto, el gobierno dentro de sus planes ha

desarrollado políticas encaminadas a fortalecer la confianza de los usuarios de internet, a través de la denominada ciber seguridad. Otro aspecto relevante es la atención prestada por la Superintendencia Financiera de Colombia, frente a los pagos electrónicos, exigiendo el cumplimiento de ciertos requisitos de seguridad a quienes ofrecen este tipo de servicios.

Los anteriores factores permiten el desarrollo y crecimiento del comercio electrónico en Colombia puesto que, la regulación en asuntos atinentes a la seguridad a través de la red de redes, genera confianza en los usuarios dentro del territorio nacional y estimula el uso del internet para efectos de adquirir productos y servicios de manera segura.

Debe tenerse en cuenta que la evolución de la humanidad a través de los medios tecnológicos es un fenómeno que se presenta de forma constante y cada vez con mayor velocidad. Siendo así, es importante que las distintas ramas del poder que conforman el Estado colombiano trabajen uniformemente con este creciente desarrollo y de forma incesante, actúen teniendo en cuenta las exigencias que se presentan en materia de comercio electrónico.

#### Referencias

Arias, M. (2006). *Manual práctico de comercio electrónico*. Madrid: La Ley.

Ballesteros, A. (2001). *Comercio exterior: Teoría y práctica*. Murcia: Universidad de Murcia.

Camacho, S. (2005). *Derecho de las nuevas tecnologías: Partes intervinientes, formación y prueba del contrato electrónico*. Madrid: Editorial Reus.

Colombia (2013), *Constitución Política*, Bogotá, Leyer.

Colombia (2015), *Código de Comercio*, Bogotá, Legis.

Colombia (2016), *Código Penal*, Bogotá, Leyer.

Colombia (2016), *Código Civil*, Bogotá, Temis.

Colombia, Congreso Nacional de la República (1995, 20 de Diciembre), “Ley 222 del 20 de Diciembre de 1995, por la cual se modifica el Libro II del Código de Comercio, se expide un nuevo régimen de procesos concursales y se dictan otras disposiciones”. *Diario Oficial*, núm. 42.156, 20 de Diciembre de 1995.

Colombia, Congreso Nacional de la República (1995, 20 de Diciembre), “Ley 223 del 20 de Diciembre de 1995, por la cual se expiden normas sobre Racionalización Tributaria y se dictan otras disposiciones”. *Diario Oficial*, núm. 42.160, 22 de Diciembre de 1995.

Colombia, Congreso Nacional de la República (1999, 18 de Agosto), “Ley 527 del 18 de Agosto de 1999, por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones”. *Diario Oficial*, núm. No. 43.673, 21 de Agosto de 1999, Bogotá.

Colombia, Congreso Nacional de la República (2000, 29 de diciembre), “Ley 633 del 29 de Diciembre de 2000, por la cual se expiden normas en materia tributaria, se dictan disposiciones sobre el tratamiento a los fondos obligatorios para la vivienda de interés social y se introducen normas para fortalecer las finanzas de la Rama Judicial”. *Diario Oficial*, núm. 44.275, 29 de Diciembre de 2000.

Colombia, Congreso Nacional de la República (2009, 5 de Enero), “Ley 1273 del 5 de Enero de 2009, por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado "de la protección de la información y de los datos"- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las

comunicaciones, entre otras disposiciones”. *Diario Oficial*, núm. 47.223, 5 de Enero de 2009.

Colombia, Congreso Nacional de la República (2011, 12 de Octubre), “Ley 1480 del 12 de Octubre de 2011, por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”. *Diario Oficial*, núm. 48.220, 12 de Octubre de 2011.

Colombia, Congreso Nacional de la República (2012, 17 de Octubre), “Ley Estatutaria 1581 del 17 de Octubre de 2012, por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales”. *Diario Oficial*, núm. 48.587, 18 de Octubre de 2012.

Colombia, Corte Constitucional (1997, Octubre), “Sentencia C – 535”, M.P. Cifuentes Muñoz, E., Bogotá.

Colombia, Corte Constitucional (2000, Junio), “Sentencia C – 662”, M.P. Morón Díaz, F., Bogotá.

Colombia, Corte Constitucional (2001, Octubre), “Sentencia C – 1147”, M.P. Cepeda Espinosa, M. J., Bogotá.

Colombia, Departamento Nacional de Planeación (2014). “*Plan Nacional de Desarrollo 2014 – 2018*”.

Colombia, Departamento Nacional de Planeación (2016). “*Documento Conpes: Política Nacional de Seguridad Digital.*”

Colombia, Ministerio de Comercio Exterior (2000, 11 de Septiembre), “Decreto 1747 del 11 de Septiembre de 2000, por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 527 de 1999, en lo

relacionado con las entidades de certificación, los certificados y las firmas digitales”.

*Diario Oficial*, núm. 44.160, 14 de Septiembre de 2000, Bogotá.

Colombia, Ministerio de Hacienda y Crédito Público (1993, 2 de Abril), “Decreto 663 del 2 de Abril de 1993, por medio del cual se actualiza el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y se modifica su titulación y numeración”. *Diario Oficial*, núm. 40.820, 5 de Abril de 1993, Bogotá.

Colombia, Ministerio de Hacienda y Crédito Público (1996, 21 de Junio), “Decreto 1094 del 21 de Junio de 1996, Por medio del cual se reglamenta el artículo 616-1 del Estatuto Tributario”. *Diario Oficial*, núm. 42.814, 26 de Junio de 1996, Bogotá.

Colombia, Ministerio de Justicia y del Derecho (1995, 5 de Diciembre), “Decreto 21 50 del 5 de Diciembre de 1995, por el cual se suprimen y reforman regulaciones, procedimientos o trámites innecesarios existentes en la Administración Pública”. *Diario Oficial*, núm. 42.137, 5 de Diciembre de 1995, Bogotá.

Colombia, Superintendencia Financiera (2012, 4 de Octubre), “Circular externa del 4 de Octubre de 2012, por la cual se establecen los requerimientos mínimos de seguridad y calidad para la realización de operaciones. 4 de Octubre de 2012, Bogotá.

De Pablo, R. (2010). *Negocio electrónico*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Ellwood, W. (2001). *The no-nonsense guide to globalization*. London: New internationalist.

Gariboldi, G. (1999). *Comercio electrónico: Conceptos y reflexiones básicas*. Buenos Aires: BID-INTAL.

- Hernández, G. (2010). *Actualidad y futuro del derecho procesal: Principios, reglas y pruebas*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Ianni, O. (2006). *Teorías de la globalización*. México: Siglo xxi editores.
- Jaume, A. (2010). *La validez del documento electrónico y su eficacia en sede procesal*. Valladolid: Lex nova.
- Méndez, E. (2007). *Arquitecturas de la Globalización*. México: Mora-Cantúa.
- Moreno, M. (1999). *Contratos electrónicos*. Granada: Editorial Marcia Pons.
- Naciones Unidas, Comisión para el Derecho Mercantil Internacional. (1996, 16 de Diciembre), “Resolución 51/162 del 16 de Diciembre de 1996, por medio de la cual se aprobó la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico”. 16 de Diciembre de 1996, Nueva York.
- Parra, M. (2011). *La protección del consumidor frente a los daños: Responsabilidad civil del fabricante y del prestador de servicios*. Madrid: Editorial Reus.
- Rincón, E. (2006). *Manual de derecho de comercio electrónico y de internet*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Seoane, E. (2005). *La nueva era del comercio: El comercio electrónico. Las TIC al servicio de la gestión empresarial*. Vigo: Ideaspropias editorial.
- Stiglitz, R.S. y Stiglitz G.A. (1985). *Contratos por adhesión, cláusulas abusivas y protección al consumidor*. Buenos Aires: La Ley.
- Torre, H. (2005). *El sistema de seguridad jurídica en el comercio electrónico*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Vásquez, O. (2007). *Derecho mercantil y globalización: Desafío y compromiso*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Vega, J. (2005). *Derecho de las nuevas tecnologías: Contratos electrónicos y protección de los consumidores*. Madrid: Editorial Reus.

Villacorta, A. (2005). *Enredados: El mundo de la internet*. Lima: Estudio Ghersi Editores.

Villar, A. (2004). *Comercio electrónico: Conceptos, recursos y estrategias*. Vigo: Ideaspropias editorial.