

DANIEL PEÑA VALENZUELA
Profesor de la Universidad Externado de Colombia

**LOS ASPECTOS LEGALES
DE INTERNET Y DEL
COMERCIO ELECTRÓNICO**
Ley 527 de 1999

Dupre Editores Ltda.

2001

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	11
I EL CONTEXTO DE INTERNET	
CAPÍTULO I	
SECCIÓN 1. Antecedentes históricos	15
1. El avance de la informática	15
2. El nacimiento de internet	16
3. Convergencia de tecnologías	19
SECCIÓN 2. La aplicación de internet	24
1. Comercio electrónico negocio a negocio (B2B)	25
2. Comercio electrónico de empresa a consumidor (B2C)	25
3. Comercio electrónico de consumidor a empresa (C2B)	26
4. Comercio electrónico entre consumidores (C2C)	26
II NOMBRES DE DOMINIO Y MARCAS	
CAPÍTULO II	
SECCIÓN 1. El sistema de nombres de dominio	29
1. Dirección de protocolo internet	29
2. Concepto de nombre de dominio	30
3. Dominios de alto o primer nivel	32
4. Registro de dominios de alto o primer nivel	32
5. Dominios locales	35
SECCIÓN 2. Sistema de registro de dominios	36
1. Colombia	36
2. Ecuador	38
3. Perú	39
4. Venezuela	40
5. Bolivia	41
6. Costos comparados de los dominios en los países de la Comunidad Andina:	42
SECCIÓN 3. Las marcas de productos y servicios	42

1.	Sistema internacional de registro de marcas	43
2.	La Convención de Unión de París	44
3.	El Acuerdo de Madrid	45
4.	El sistema de registro de marcas en Colombia	46
5.	Uso de marcas en internet	48
6.	Genericidad de las marcas en internet	50
7.	Infracción de marcas en internet	51
8.	Hipervínculos o <i>links</i>	53
9.	<i>Metatags</i>	54
10.	<i>Framing</i> (disposición de vínculos en forma de ventanas o vínculos profundos)	55
SECCIÓN 4.	Política uniforme de resolución de disputas (PURD)	56
SECCIÓN 5.	La decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina y los nombres de dominio	61
SECCIÓN 6.	Competencia desleal	63

CAPÍTULO III EL SITIO DE INTERNET: NATURALEZA Y ESTRUCTURA JURÍDICA

SECCIÓN 1.	Naturaleza de un sitio de internet	68
SECCIÓN 2.	El establecimiento de comercio virtual	70
1.	La enseña y el nombre comercial virtual	71
2.	Marcas de productos y servicios	72
3.	Inveniones o creaciones industriales o artísticas	72
4.	Las mercancías en almacén o en proceso de elaboración	73
5.	Créditos	74
6.	Los contratos de arrendamiento	74
7.	El derecho a impedir la desviación de la clientela y la protección de la fama comercial	74
8.	La teoría del establecimiento virtual.	75
SECCIÓN 3.	Transferencia de establecimientos de comercio	76
SECCIÓN 4.	Contratos de la estructura de un sitio de internet	78
1.	La tipicidad de los contratos de la estructura de un sitio de internet.	79
2.	Contrato de acceso a internet	81
3.	Contrato para la obtención de un nombre de dominio	82
4.	Contrato de diseño y desarrollo de sitio de internet	83

5. Contratos accesorios para el diseño de un sitio de internet	87
6. Contrato de hospedaje (<i>hosting</i>)	87
7. Contrato de <i>links</i> o vínculos	89
8. Contratos de e-marketing	90
9. Contratos y sistemas de pago de las operaciones de comercio electrónico	91

CAPÍTULO IV LOS DERECHOS DE AUTOR Y LOS CONTENIDOS DE INTERNET

SECCIÓN 1. Los derechos de autor	98
1. Sistema tradicional de derechos de autor	98
2. La Convención de Berna	99
3. Los Tratados de Internet (WCT y WPPT).	101
4. El impacto de la digitalización en el derecho de autor	102
5. Publicación electrónica	105
6. Tecnologías de compresión	106
7. La infracción de los derechos de autor en internet	107
8. Los datos e información colocados en internet	108

CAPÍTULO V INTERNET Y EL DERECHO DE LAS TELECOMUNICACIONES

SECCIÓN 1. Tarifas de acceso a internet	111
SECCIÓN 2. Reflexiones sobre las licencias de telecomunicaciones	113
SECCIÓN 3. Responsabilidad de los proveedores de servicios de internet por el contenido de las páginas colocadas en sus servidores	115
SECCIÓN 4. Servicios telefónicos en internet	116

CAPÍTULO VI LA NEGOCIACION COMERCIAL EN INTERNET:

SECCIÓN 1. Transición del documento legal en papel al documento electrónico	120
SECCIÓN 2. El documento electrónico	121
1. Desmaterialización documental	121
2. Utilización de los mensajes de datos en la actividad de los negocios	122

3. Limitaciones a la actividad comercial por medios electrónicos	123
SECCIÓN 3. Las leyes de comercio electrónico	124
1. La Ley Modelo de Comercio Electrónico	124
2. Ley de Comercio Electrónico de Colombia	125
3. Impacto de la ley modelo en los diferentes obstáculos legales existentes para el desarrollo del comercio electrónico	127

CAPÍTULO **VII** RÉGIMEN INTERNACIONAL DE INTERNET Y DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Entidades globales	135
2. Directivas de la Unión Europea	136
3. Otras legislaciones internacionales	138
SECCIÓN 1. Reglamentación de la ley 527 de 1999	139

CAPÍTULO **VIII** INTRODUCCIÓN A LOS IMPUESTOS Y EL COMERCIO ELECTRONICO

SECCIÓN 1. Impacto de los medios electrónicos en las obligaciones que tienen los contribuyentes	143
1. Deber de conservación de medios magnéticos	143
2. Factura electrónica	144
SECCIÓN 2. Impuestos sobre el comercio electrónico	145
1. Asistencia técnica y servicios técnicos	145
2. Licencia de uso de intangibles	145
3. Licencias de uso y explotación de programas de computador	146
4. Explotación de derechos de autor de un extranjero residente en el exterior	146
REFLEXIONES FINALES	149
ANEXO LEGISLATIVO	
1. Ley 527 de 1999	153
2. Decreto 1647 de 2000	177
3. Proyecto de resolución de la Superintendencia de Industria y Comercio	195