



UNIÓN COLEGIADA DEL NOTARIADO COLOMBIANO "U.C.N.C."

MEMORANDO No. 2858

Bogotá D.C., 30 de noviembre de 2020

Tema : Noticia de interés sobre plataformas digitales, comercio electrónico y certificación de evidencia digital.

De : Prensa "U.C.N.C."

Para : Notarios del país.

Respetados Señores Notarios:

Para su conocimiento e información, me permito enviar los siguientes artículos periodísticos de interés publicados en los Diarios El Tiempo y Asuntos Legales.

Comercio electrónico y día sin IVA

<https://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/guillermo-santos-calderon/comercio-electronico-y-dia-sin-iva-columna-de-guillermo-santos-calderon-551842>

Entre buenos y malos ejemplos

<https://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/werner-zitzmann/entre-buenos-y-malos-ejemplos-columna-de-werner-zitzmann-551748>

Cómo certificar un chat para que sirva como prueba

<https://www.asuntoslegales.com.co/consumidor/como-certificar-un-chat-de-whatsapp-para-que-funcione-como-prueba-en-un-proceso-judicial-3094511>

Cordialmente,

VIVIANA ORTIZ CUENCA
Jefe de Prensa

Adjunto: Lo anunciado
Elaboró: OCF

Comercio electrónico y día sin IVA

El tercer día sin IVA dio muy buenos resultados, gracias a la gente que acudió a los almacenes, porque a los que trataron de hacer transacciones de forma virtual no les fue muy bien. Muchas personas que usaron el comercio electrónico tuvieron que hacer filas virtuales, y bastantes no fueron atendidas porque la infraestructura requerida para una buena atención no fue la mejor.

Es poco entendible que los almacenes que ofrecieron ventas de manera virtual no hubieran anticipado que muchos usuarios iban a entrar a su sitio en internet y que su comercio digital tenía que estar preparado. En Amazon atienden muchas más personas de las que seguramente entraron a los sitios de comercio electrónico en el día sin IVA, y nunca sucede que haya que esperar ni siquiera minutos para hacer toda la transacción, que es ver el catálogo de productos, meterlos en el carrito de compras digital, pasar por la caja virtual para pagar y listo.

Es claro que para prevenir esto y dar una buena atención a los compradores digitales hay que hacer una inversión, pero se debe poner en balanza lo que hay que poner versus el excedente de ventas que se pueden lograr y que su reputación quede limpia, porque no hay nada peor para un negocio sin aten-



El mundo de la tecnología

Guillermo Santos Calderón

ción a los clientes.

Para el próximo día sin IVA, los sitios de comercio virtual deben tener la dinámica para crecer y disminuir en proporción directa al número de personas que estén accediendo a ellos, lo que se consigue en la nube, con lo cual se consigue que los gastos estén directamente relacionados con el

número de personas que se atiendan.

No voy a negar que en la pandemia los sitios que usé para hacer compras fueron buenos. Lo fueron, y el servicio prestado fue excelente, pero, obviamente, el día sin IVA es muy especial y la masificación esperada se tuvo que haber contemplado para ofrecer un buen servicio virtual.

El comercio electrónico se basa en la confianza, pues un usuario no compra donde no la tenga. La confianza es la variable más importante en este tipo de comercio. Que se logre hacer las transacciones de forma satisfactoria, que los pedidos se puedan rastrear para ver dónde van, que lleguen a tiempo y que si hubo algún inconveniente se puedan devolver sin problemas.

Ojalá para el próximo día sin IVA esto se tenga en cuenta, y seguramente se sobrepasará el volumen de ventas conseguido en el que acaba de pasar.

guillermo.santos@enter.co

Opinión

DOMINGO

EL TIEMPO • 29 DE NOVIEMBRE DE 2020

Entre buenos y malos ejemplos

Uno de los deberes más importantes de las marcas líderes y de los líderes en general es el buen ejemplo. Y esto cobra particular relevancia y trascendencia en las marcas que como líderes en lo suyo acompañan la vida diaria de millones de personas en el mundo. Tal es el caso de las plataformas tecnológicas Google y Facebook, por citar solo dos ejemplos.

Y mucho han dado que hablar Google y Facebook en los últimos meses por causa de las reglamentaciones anunciadas en países en los que la sensibilidad hacia la protección de los derechos de autor y el derecho de la competencia ha sugerido la pertinencia de exigir que estos gigantes paguen por los contenidos de medios de información, con los que ofrecen un espectro de servicios integrados a los usuarios -todo en un solo lugar- bajo su marca y sombrilla. Esto es, lucrándose del trabajo de tales medios y fijando las reglas bajo las cuales sus miles de millones de usuarios terminan accediendo a la información y las noticias.

Buen ejemplo han dado en los países en los que entre el quehacer valiente y determinado de gobiernos, legisladores, jueces y gremios de la industria han sabido combinar la sana presión que surge de reglamentaciones asertivas y el balanceo de derechos y obligaciones de jugadores en un mercado, con fallos en derecho y negociaciones colectivas tendientes a concretar no solo los intereses de los medios más poderosos o visibles, sino los de todos quienes con su trabajo contribuyen a informar y generar ofertas de valor para las



Plataformas
digitales

Werner Zitzmann*

audiencias y usuarios en los mismos países y sus regiones.

Malos ejemplos han dado en donde con arrogancia desafían normas e instituciones, despreciando en primer lugar a los usuarios de los países en los que esa institucionalidad trata de salvaguardar los derechos, tanto de empresas periodísticas como de audiencias, frente a posibles atropellos y abusos de la posición dominante de empresas monopolísticas.

Entre buenos y malos ejemplos, quedémonos con los buenos, y que sean ellos la pauta para poder lo-

grar acuerdos prácticos, equitativos y suficientes para remunerar el trabajo de los medios de información que contribuyen a enriquecer la oferta de valor de las plataformas para los usuarios -que son las mismas audiencias de los medios- en relación con quienes es importante que puedan acceder siempre a esa información creíble, confiable y útil que produce el buen periodismo, de manera transparente y sin condicionamientos viciados por intereses comerciales y políticos de ningún tipo.

En Colombia estamos contando los días para sentarnos a dialogar para buscar este equilibrio de la manera más justa y conveniente para todos. Para las empresas periodísticas colombianas, estos acuerdos son indispensables en las actuales circunstancias de su modelo de negocios y de cara a la continuidad de la prestación de los servicios de información a la ciudadanía.

(*) Director ejecutivo de Ami, Asociación Colombiana de Medios de Información

PARA GARANTIZAR LA VALIDEZ ES NECESARIO UN ANÁLISIS PERICIAL

Cómo certificar un chat para que sirva como prueba

BOGOTÁ. Una de las consecuencias de la aceleración digital que trajo la pandemia es que prácticamente todo está alojado en este ecosistema. Esto es válido, también, para las pruebas de los delitos, pues en la eventualidad de que se quieran denunciar situaciones como, por ejemplo, amenazas recibidas por correo electrónico, el material probatorio es virtual.

Lo anterior ha hecho que cobre cada vez más importancia la certificación de evidencia digital y prueba de eso es el crecimiento de compañías dedicadas a ello como *Adalid*, *Ratsel*, *FTI* o *Investigaciones Estratégicas*.

La evidencia digital, como está definida en la Ley 527 de 1.999, es toda la información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares. Es decir, entran en esta categoría los chats, correos electrónicos, mensajes de texto o notas de voz.

Podría pensarse que hacer un pantallazo de *Whatsapp* o imprimir un correo electrónico es suficiente para probar ante un juez la existencia de la conducta delictiva denunciada. Sin embargo, explicó el penalista **Alejandro Mejía**, de *Cáez Muñoz Mejía*, que en Colombia se debe garantizar que las pruebas alojadas en el entorno digital sean auténticas e inalterables.

"Hay muchos programas para editar y modificar todo, por eso, a diferencia de lo que sucede en países como Ecuador, la evidencia en Colombia solamente se admite como prueba directa confirmatoria si hay un análisis pericial que garantice que la huella digital del documento no ha sido alterada y se conserva su autenticidad", explicó **Mejía**.

CERTIFICACIÓN DE EVIDENCIA DIGITAL

 Normatividad Ley 527 de 1999	REQUISITOS Escrito Firmado Original Integro
EJEMPLOS DE PRUEBAS DIGITALES  Mensajes de texto  Grabaciones digitales de audio  Chats  Fotos digitales  Correos electrónicos	DEFINICIÓN DE MENSAJE DE DATOS Información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares
Fuente: Ley 527 de 1999/Sondeo LR	Gráfico: LR-AL



SÍGANOS EN:

www.asuntoslegales.com.co

Con el informe sobre las cinco salidas legales para terminar la relación del técnico Carlos Queiroz con la Selección Colombia.

Esto, en otras palabras, quiere decir que un pantallazo de *Whatsapp* puede dar al juez indicios de que se cometió la conducta, pero solo se admite como prueba si un perito certifica que no ha sido modificado.

Para cumplir con los requisitos de validez jurídica, un mensaje de datos debe tener las siguientes condiciones: estar escrito, es decir, que se pueda acceder para su posterior consulta en su formato original; y estar firmado.

"Todos tenemos identificadores en los sistemas de información, como son las contraseñas, huellas, o los correos electrónicos. Estos son nuestra firma digital, y para que los mensajes cumplan con este requisito de validez debe poder

verificarse de quién viene la evidencia. Por ejemplo, para un chat sería nuestro número de celular", explicó **Axel Díaz**, director del laboratorio de informática forense de *Adalid Corp*.

Además, el mensaje de datos aportado como evidencia debe mantenerse original e íntegro, lo que quiere decir que debe estar completamente inalterada la información que contiene. Esto se hace a través de un hash, que es algoritmo que extrae del interior del mensaje un código alfanumérico que cumple las veces de huella y este permite demostrar si la evidencia fue modificada de alguna manera.

LAURA VITA MESA

lvita@larepublica.com.co
#EvidenciaDigital