



El futuro digital
es de todos

MinTIC



Observatorio eCommerce

Análisis Normativo del Comercio Electrónico en Colombia, investigación



Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Noviembre 2021

Unión Temporal



inter!at® Digital Enterprise
Intelligence



Tabla de contenido

1	Siglas y abreviaciones	8
2	Glosario.....	11
3	Resumen	13
4	Objetivos.....	16
5	Marco normativo del comercio electrónico.....	17
5.1	Marco constitucional asociado al comercio electrónico	17
5.2	Marco Legal.....	22
5.2.1	Ley 527 de 1999 - Ley de Comercio Electrónico	22
5.2.2	Ley 1480 de 2011 – Estatuto del Consumidor	27
5.2.3	Ley 1955 de 2019 – Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022	30
5.2.4	Otras leyes de importancia	32
5.3	Marco reglamentario.....	39
5.3.1	Decretos	39
5.3.2	Resoluciones.....	46
5.3.3	Circulares.....	51
5.4	Marco de Política Pública para el comercio electrónico y Plan TIC 2018 – 2022.....	53
5.4.1	CONPES 4012 de 2020 – Política Nacional de Comercio Electrónico	54
5.4.2	CONPES 3982 de 2020 - Política Nacional Logística.....	61
5.4.3	CONPES 4005 de 2020 - Política Nacional de Inclusión y Educación Económica y Financiera	66
5.4.4	CONPES 3995 de 2020 – Política Nacional de Confianza y Seguridad Digital 67	
5.4.5	CONPES 3975 de 2019 – Política Nacional para la Transformación Digital e Inteligencia Artificial	68
5.4.6	Plan TIC 2018-2022	70
5.4.7	Plan de modernización del Sector Postal 2020-2024	73



5.5	Recomendaciones normativas de la OCDE para el comercio electrónico	75
5.5.1	Marco normativo robusto para la protección de datos personales en el comercio transfronterizo.....	75
5.5.2	Marco normativo robusto para la protección del consumidor	76
5.5.3	Marcos normativos de planificación urbana que promuevan soluciones logísticas de última milla	77
5.5.4	Exenciones normativas para probar nuevas tecnologías	78
5.5.5	Marcos normativos en materia de impuestos	79
5.5.6	Promoción de la libre competencia en el comercio electrónico	80
5.5.7	Promover políticas ambientales soportadas en el comercio electrónico	81
6	Iniciativas legislativas en curso.....	84
6.1	Cámara de Representantes	85
6.2	Senado de la República.....	95
7	Obstáculos al comercio electrónico	100
7.1	Obstáculos al comercio electrónico identificados por la CRC	100
7.1.1	Barreras socioculturales.....	100
7.1.2	Barreras Cognitivas	101
7.1.3	Barreras económicas y tecnológicas	102
7.1.4	Barreras regulatorias.....	106
7.2	Obstáculos al comercio electrónico identificados por el BID.....	108
7.3	Obstáculos al comercio electrónico identificado por el Observatorio eCommerce 2019	113
7.3.1	Demanda	113
7.3.2	Oferta	114
7.3.3	Talento humano	115
7.3.4	Legal e institucional.....	116
7.3.5	Logística.....	118
7.3.6	Innovación y tecnología	120



7.4	Análisis de los obstáculos a la luz del marco normativo vigente	124
7.4.1	Demanda	124
7.4.2	Oferta	130
7.4.3	Talento Humano.....	132
7.4.4	Legal (regulatorio) e institucional	135
7.4.5	Logística.....	144
7.4.6	Innovación y tecnología	164
8	Necesidades de reformas normativas.....	169
8.1	Requisitos para la reversión de los pagos de las compras realizadas por medio de comercio electrónico.....	169
8.2	<i>Marketplaces</i>	170
8.3	Sistema de información monetaria y no monetaria.....	171
8.4	Elevar el MINIMIS actual (USD 200) a estándares internacionales.....	173
8.5	Incentivar el uso de nuevas tecnologías, vía <i>sandbox</i> regulatorio, para el despliegue logístico de entrega de paquetes	174
8.6	Plataformas colaborativas para la promoción del comercio electrónico.....	175
8.7	Normas jurídicas que tienen como efecto restringir o desincentivar la comercialización electrónica de servicios financieros por parte de las sociedades especializadas en depósitos y pagos electrónicos SEDPE	176
8.8	Declaración de cambio DCIN 83 del Banco de la República	177
8.9	Interoperabilidad Institucional y de los Sistemas Informáticos	178
8.10	Reglamentación de las pasarelas de pago.....	179
8.11	Propuesta de un proyecto de ley para el comercio electrónico	181
9	Retos jurídicos relacionados a cada uno de los actores de la cadena de valor del comercio electrónico.....	187
10	Conclusiones y recomendaciones	204
11	Bibliografía.....	211



Lista de Tablas

Tabla 1. Ley 527 de 1999 - estructura	24
Tabla 2. Normas aplicables al comercio electrónico – Estatuto del Consumidor	28
Tabla 3. Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 - Ley 1955 de 2019	30
Tabla 4. Acciones normativas propuestas en el documento CONPES 4012 de 2020	56
Tabla 5. Acciones del CONPES 4012 de 2020 que buscan fomentar el comercio electrónico	58
Tabla 6. Ejes del Plan Nacional de TIC	71
Tabla 7. Proyecto de Ley 484 de 2020.....	85
Tabla 8. Proyecto de Ley 399 de 2020.....	87
Tabla 9. Proyecto de Ley 325 de 2020.....	88
Tabla 10. Proyecto de Ley 197 de 2020.....	88
Tabla 11. Proyecto de Ley 139 de 2021.....	89
Tabla 12. Proyecto de Acto Legislativo 052 de 2021.....	91
Tabla 13. Proyecto de Ley 049 de 2021.....	91
Tabla 14. Proyecto de Ley 05 de 2021.....	93
Tabla 15. Proyecto de Ley 284 de 2020.....	95
Tabla 16. Proyecto de Ley 056 de 2021.....	96
Tabla 17. Proyecto de Ley 075 de 2021.....	97
Tabla 18. Impacto de las barreras en la cadena de valor del comercio electrónico	123
Tabla 19. Obstáculos en la demanda.....	124
Tabla 20. Obstáculos en la oferta.....	130
Tabla 21. Obstáculos en el talento humano.....	132
Tabla 22. Obstáculos en lo legal (regulatorio) e institucional.....	135
Tabla 23. Obstáculos en lo logístico	144
Tabla 24. Obstáculos en la innovación y tecnología.....	164



Tabla 25. Propuesta de proyecto de ley para el comercio electrónico.....	182
Tabla 26. Retos jurídicos relacionados a cada uno de los actores de la cadena de valor del comercio electrónico	188



Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Entorno y cadena de valor del comercio electrónico.....	60
Ilustración 2. Puntajes en los componentes del índice de desempeño logístico de Colombia - 2018.....	63
Ilustración 3. Tiempo promedio requerido en operaciones de comercio exterior.....	65



1 Siglas y abreviaciones

B2B

Actividades de comercio electrónico entre empresas (*Business to Business*).

B2C

Actividades de comercio electrónico entre empresas y consumidores (*Business to Consumer*).

BID

Banco Interamericano de Desarrollo

CNUDMI

Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional

CONPES

Consejo Nacional de Política Económica y Social

CRC

Comisión de Regulación de Comunicaciones

DANE

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas

DAPRE

Departamento Administrativo de la Presidencia de la República

DCIN

Departamento de Cambios Internacionales del Banco de la República



DIAN

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

DNP

Departamento Nacional de Planeación

ECommerce

Comercio Electrónico.

ENL

Encuesta Nacional Logística

E-Retailers

Empresas, almacenes o tiendas que hacen ventas por Internet de productos al por menor

ILE

Infraestructura Logística Especializada (Plataforma logística)

IVA

Impuesto al Valor Agregado

MinCIT

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

MinTIC

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

MiPyme

Micro, pequeñas y medianas empresas.



PSE

Pagos por Internet de forma segura (Pagos seguros en línea).

RANV

Registro de Adquirentes No Vigilados - aplicable a las sociedades de adquirencia en el sistema de pagos de bajo valor.

SEDPES

Sociedades Especializadas en Depósitos y Pagos Electrónicos.

SIC

Superintendencia de Industria y Comercio

SMMLV

Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes.

UNCTAD

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (*United Nations Conference on Trade and Development*).

VUCE

Ventanilla Única de Comercio Exterior (para trámites de importaciones y exportaciones).



2 Glosario

ADQUIRENCIA

Actividad que realizan algunas entidades financieras que captan recursos del público de sumas de bajo valor.

CROWFUNDING

Traducido al español como micro mecenazgo, es una forma de financiación que consiste en utilizar el capital de numerosos individuos a través de pequeñas aportaciones de dinero.

EDI

Intercambio Electrónico de Datos (EDI en inglés). La transmisión electrónica de datos de una computadora a otra, que está estructurada bajo normas técnicas convenidas al efecto (art. 2 Ley 157 de 1999).

FACTORING (Operaciones de Factoring)

Según el artículo 2 del Decreto 2669 de 2012, una operación de *factoring* es “Aquella mediante la cual un factor adquiere, a título oneroso, derechos patrimoniales ciertos, de contenido crediticio, independientemente del título que los contenga o de su causa, tales como y sin limitarse a ellos: facturas de venta, pagarés, letras de cambio, bonos de prenda, sentencias ejecutoriadas y actas de conciliación, cuya transferencia se hará según la naturaleza de los derechos, por endoso, si se trata de títulos valores o mediante cesión en los demás casos”.

FOB (*Free On Board*)

“Libre a bordo – puerto de carga convenido”. El precio FOB es el valor de la mercancía puesta en el puerto de embarque incluyendo el costo de empaquetado, etiquetado, gastos de aduana (documentos, permisos, requisitos, etc.) y el flete desde el lugar de producción hasta el puerto, gastos de puerto incluyendo la carga y estiba al buque.



MARKETPLACE

Plataforma online que congrega a diferentes vendedores, que ofrecen diversos productos y servicios a potenciales compradores, en busca de los mejores precios para adquirir lo que desean. Su objetivo principal es facilitar la vida del consumidor, hacer más sencillo el proceso de compra; al mismo tiempo que facilitar el crecimiento, mejorar el rendimiento y aumentar los beneficios de las empresas que participan en él.

MCommerce

Comercio móvil, a través de teléfonos móviles inteligentes.

MINIMIS

Cantidades mínimas de ayuda interna que están permitidas aun cuando tengan efectos de distorsión del comercio (OMC, 2021) (para el presente documento, referidas a exenciones del IVA y arancel a los objetos postales que ingresan al país, según el Estatuto Tributario)

SANDBOX REGULATORIO

Según la CRC *“es un mecanismo que otorga exenciones regulatorias a una empresa para que esta pueda probar nuevos productos, servicios o modelos de negocio, bajo la supervisión del regulador”* (2021).



3 Resumen

Según el numeral 1° del artículo 20 del Código de Comercio (Presidencia de la República (d), 1971), son actividades mercantiles “...la adquisición de bienes a título oneroso con destino a enajenarse en igual forma, y la enajenación de estos”. Bajo esta definición legal, cualquier operación de comercio, a título oneroso, es decir con ánimo de lucro, constituye un acto mercantil y, quien se dedique de forma regular a ello es considerado un comerciante, bajo la regla del artículo 10 del mismo Código.

De igual forma, el antiguo Código de Procedimiento Civil (Decretos 1400 y 2019 de 1970), ya derogado, establecía en el artículo 175 que los documentos constituyen medios de prueba, señalando los artículos 251 y 252 de ese Código, sin vigencia a día de hoy, que cualquier escrito que tenga carácter representativo o declarativo tenía la calidad de ser un documento legalmente valido, señalando que el documento es auténtico “cuando existe certeza sobre la persona que lo ha elaborado, manuscrito o firmado”, sin ser la firma un requisito necesario para la validez del documento.

Bajo esas normas de vieja data (años 1970 y 1971) ya era perfectamente posible predicar la validez jurídica de una operación de comercio electrónico, puesto que, para el mundo jurídico, lo importante es la naturaleza y los efectos del acto realizado, sin importar el medio (en el caso del comercio electrónico el medio son las redes de Internet).

Por tal motivo, no es correcto afirmar que solo, a partir de la Ley 527 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 (Congreso de la República (a), 1999) se da validez jurídica a las operaciones de comercio electrónico en Colombia. En realidad, la Ley 527 de 1999, más que una ley de comercio electrónico es una ley de reconocimiento jurídico a unos medios de prueba (electrónicos) para actividades de comercio, siendo eso sí, una de las primeras legislaciones expedidas a nivel mundial en ese sentido posterior a la ley modelo de comercio electrónico de 1996 de la CNUDMI (Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional).

De hecho, posterior a la expedición de la Ley 527 de 1999 se han expedido en Colombia una serie de leyes que regulan tópicos generales o particulares del comercio electrónico e incluso del acceso a Internet, por lo que, la Ley 527 no se constituye en una ley general o en una ley “marco” de comercio electrónico, sino en una norma más que da validez jurídica a



operaciones de comercio a través de Internet, lo cual también es reconocido hoy en día por diferentes leyes que consagran medios de prueba para la validez jurídica, como el Código Civil, el Código de Comercio, el Código General del Proceso y el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, por citar los principales.

En consecuencia, el análisis normativo respecto al comercio electrónico es robusto por la variedad de leyes que existen en Colombia relacionadas, sumado a los decretos reglamentarios, resoluciones y circulares existentes, en parte justificado por la variedad de actores que intervienen en la cadena de valor del comercio electrónico, que van desde los portales de compra en Internet, pasando por las operaciones de pago que debe hacer el consumidor (online u offline) frente a instituciones financieras, pasarelas de pago u otros operadores de pago, para continuar con todas las operaciones logísticas y de transporte que demanda la entrega de los productos y/o servicios adquiridos a través del comercio electrónico, finalizando con las operaciones de postventa o atención al cliente que ordena el Estatuto del Consumidor.

Una operación de comercio electrónico resulta compleja desde el punto de vista jurídico, más que por la validez jurídica al intercambio electrónico de datos (EDI), por la cantidad de actores y operaciones involucradas en ese tipo de comercio, lo cual es un reto para los gobiernos y para los comerciantes, pues – en parte – el éxito del comercio electrónico dependerá de la simplificación normativa que valide jurídicamente todas las operaciones realizadas a lo largo de los diferentes eslabones que componen la cadena de valor.

Lo anterior no es de poca monta, pues es conocido, y así se presenta en este documento, el auge que viene teniendo el comercio electrónico a nivel mundial presentando año a año importantes tasas de crecimiento que llevan a pensar en la inminente necesidad de contar con un marco jurídico general para todas las operaciones de comercio electrónico a lo largo de la cadena de valor (medios de acceso a compras por Internet, medios de pago, logística y servicio postventa) y no de leyes dispersas que generan mayores costos de transacción en las operaciones de comercio.

Por ello, el análisis normativo frente al comercio electrónico en Colombia concluye en la conveniencia de contar con un régimen normativo único o una ley general que regule las actividades de comercio electrónico a lo largo de todas las operaciones involucradas en la cadena de valor, buscando recoger esa dispersión normativa que hoy rige para las actividades de comercio electrónico.



Adicional al análisis normativo del comercio electrónico, el presente documento contiene un análisis de (i) los obstáculos al comercio electrónico en Colombia, desde el punto de vista económico, social y jurídico, (ii) las necesidades de reformas normativas para promover el comercio electrónico, (iii) las iniciativas legislativas en curso, asociadas al comercio electrónico, y (iv) los retos jurídicos relacionados a cada uno de los actores de la cadena de valor del comercio electrónico.

Palabras clave: comercio electrónico, Ley, consumidor, proyectos de ley, normatividad, cadena de valor, barreras.



4 Objetivos

El objetivo principal de la presente investigación es presentar un análisis normativo del comercio electrónico en Colombia, con el fin de generar insumos para orientar la toma de decisiones de política pública y para brindar contexto y soporte para el entendimiento y dimensionamiento del ecosistema del Comercio Electrónico.

Como objetivos secundarios, la presente investigación pretende:

- Revisar los principales obstáculos normativos para la expansión del comercio electrónico.
- Presentar las necesidades de reforma normativa para superar esos obstáculos.
- Presentar las iniciativas legislativas en curso asociadas al comercio electrónico.
- Presentar los retos jurídicos relacionados a cada uno de los actores de la Cadena de Valor del Comercio Electrónico.



5 Marco normativo del comercio electrónico

Desde el punto de vista jurídico, el comercio electrónico en Colombia contiene dos acepciones a tener en cuenta: (i) la actividad de libre comercio como cualquier otra y, por tanto, sujeta a las normas comerciales o mercantiles, bajo las reglas del código civil y del código de comercio, y (ii) por ser esta una actividad comercial o mercantil que se ejecuta a través de medios no tradicionales del comercio, como es el Internet, ésta regulada en sus particularidades por algunas normas especiales destinadas para darle validez jurídica al comercio electrónico.

En consecuencia, el comercio electrónico, desde el punto de vista jurídico, es una actividad comercial o mercantil como cualquier otra, pero que por sus particularidades (acceso y uso del Internet) contiene una serie de normas especiales destinadas a darle validez jurídica a las transacciones realizadas, sin perjuicio de la validez propia de las actuaciones y documentos bajo las normas generales existentes en el país (Código General del Proceso, Código de Procedimiento Administrativo y de los Contencioso Administrativo, etc.).

El artículo 20 del Código de Comercio (Presidencia de la República (d), 1971) señala que son actividades mercantiles, sujetas a dicho Código, entre otras, *“La adquisición de bienes a título oneroso con destino a enajenarlos en igual forma y la enajenación de estos”*, actividad ésta perfectamente aplicable al comercio electrónico, en donde se realiza un proceso de compra y venta de bienes y/o servicios a través de Internet o de mensaje de datos.

Por tanto, el comercio electrónico, como cualquier actividad comercial libre y legal, se sujeta a las normas generales del derecho para el comercio, principalmente el código de comercio y el código civil, complementadas por unas normas especiales que dan validez jurídica a estas actividades ejecutadas a través de Internet o de mensajes de datos electrónicos (EDI, por su sigla en inglés).

5.1 Marco constitucional asociado al comercio electrónico

Como una actividad de libre comercio, el comercio electrónico cuenta con un sustento y respaldo constitucional que habilita y protege su ejercicio con algunos deberes. En ese sentido, podemos destacar las siguientes normas constitucionales que dan respaldo al comercio electrónico.



“Artículo 15.- Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas.

En la recolección, tratamiento y circulación de datos se respetarán la libertad y demás garantías consagradas en la Constitución.

La correspondencia y demás formas de comunicación privada son inviolables. Sólo pueden ser interceptadas o registradas mediante orden judicial, en los casos y con las formalidades que establezca la ley.

Para efectos tributarios o judiciales y para los casos de inspección, vigilancia e intervención del Estado podrá exigirse la presentación de libros de contabilidad y demás documentos privados, en los términos que señale la ley”.

Este artículo constitucional establece los siguientes derechos para las personas que realicen actividades de comercio electrónico (consumidores) a ser garantizados por las plataformas o vendedores de comercio electrónico y por todos los actores del comercio electrónico:

- Derecho a la intimidad de la información.
- Derecho a que se actualicen y rectifiquen sus datos personales.
- Libertad para entregar o no sus datos personales.
- Inviolabilidad de las comunicaciones electrónicas, sin ser posible su difusión a terceros no autorizados.

“Artículo 20.- 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 de comunicación masiva.

Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura”.

Este artículo constitucional garantiza el derecho de los consumidores del comercio electrónico a recibir información veraz e imparcial por parte de las plataformas o



vendedores del comercio electrónico, respecto de los bienes y servicios que están comercializando.

“Artículo 61.- El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley”.

Este artículo garantiza el derecho a la propiedad en favor de los creadores de plataformas de comercio electrónico, aplicaciones o contenidos que involucren una invención o el desarrollo del intelecto humano, bajo las leyes y normas de propiedad intelectual y derechos de autor existentes en Colombia y en la Comunidad Andina.

“Artículo 78.- La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.

Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos”.

Este artículo constitucional establece los siguientes deberes y derechos asociados al comercio electrónico:

- El deber del Congreso de la República de expedir una ley para controlar la calidad de los bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, tal como lo establece, en materia de comercio electrónico el Estatuto del Consumidor (Congreso de la República (b), 2011).
- Las plataformas de comercio electrónico que vendan productos o servicios deberán garantizar la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento de los consumidores, como lo garantiza en materia de comercio electrónico el Estatuto del Consumidor – Ley 1480 de 2011.



- Los consumidores del comercio electrónico pueden organizarse de forma democrática para participar en los estudios de las disposiciones normativas que les conciernen.

“Artículo 189.- Corresponde al Presidente de la República como Jefe de Estado, Jefe del Gobierno y Suprema Autoridad Administrativa:

(...)

25. Organizar el Crédito Público; reconocer la deuda nacional y arreglar su servicio; modificar los aranceles, tarifas y demás disposiciones concernientes al régimen de aduanas; regular el comercio exterior; y ejercer la intervención en las actividades financiera, bursátil, aseguradora y cualquier otra relacionada con el manejo, aprovechamiento e inversión de recursos provenientes del ahorro de terceros de acuerdo con la ley”.

El Presidente de la República, con los ministros del ramo, es el responsable de proferir las disposiciones normativas en materia de aduanas y comercio exterior, indispensables para los bienes y servicios provenientes del exterior o que salgan del país, como consecuencia del comercio electrónico.

“Artículo 333.- La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.



La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación”.

La actividad de comercio electrónico, principalmente desde la oferta, es una actividad económica libre, sin más permisos que los generales de ley para el funcionamiento de los establecimientos de comercio o empresas (pues las empresas de comercio electrónico, en general, no requieren de ninguna habilitación especial de ley).

Las plataformas de comercio electrónico actúan como empresas sujetas a la libertad económica, excepto cuando restrinjan esa libertad o abusen de su posición dominante en el mercado en cuyo caso están sujetas a la regulación y control del Estado.

“Artículo 334 (Inciso primero). La dirección general de la economía estará a cargo del Estado. Este intervendrá, por mandato de la ley, 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, para racionalizar la economía con el fin de conseguir en el plano nacional y territorial, en un marco de sostenibilidad fiscal, 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. Dicho marco de sostenibilidad fiscal deberá fungir como instrumento para alcanzar de manera progresiva los objetivos del Estado Social de Derecho. En cualquier caso, el gasto público social será prioritario”.

El comercio electrónico, como actividad de libre ejercicio económico, se encuentra bajo la dirección general del Estado en cuanto a su regulación y control, siempre y cuando medie una ley que establezca tal regulación y control. Ello con el fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes.

El comercio electrónico, como actividad de libre iniciativa económica, no requiere de ningún permiso especial para su ejercicio, más allá de los permisos generales de ley para cualquier actividad económica o empresarial (por ejemplo, a diferencia de los servicios de telecomunicaciones que requieren de un Registro Único TIC para su suministro).

Si bien es cierto, ninguno de los artículos constitucionales hace referencia expresa al comercio electrónico, si hacen referencia al libre ejercicio de la actividad económica o empresarial y a la intervención del Estado en esas actividades (artículo 333 y 334) y, como se presentó, el comercio electrónico no es más que una actividad mercantil regida por el



Código de Comercio. Como actividad mercantil, la Constitución establece una serie de derechos en favor de los consumidores, aplicables al comercio electrónico, y la facultad de la regulación legal para actividades asociadas al comercio electrónico.

5.2 Marco Legal

A continuación, se presentan las principales leyes asociadas al comercio electrónico, haciendo especial referencia a la Ley 527 de 1999 y a la Ley 1480 de 2011, haciendo las siguientes aclaraciones:

- En Colombia no existe una ley destinada específicamente a promover o regular las actividades del comercio electrónico.
- La finalidad de la Ley 527 de 1999 es dar validez jurídica a las operaciones de comercio electrónico, pero no es una ley destinada a promover o regular el comercio electrónico.
- La Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor) merece especial importancia, pues contiene expresamente los derechos de los consumidores del comercio electrónico.
- Las demás leyes y normas (decretos, resoluciones, circulares) que se mencionan en esta sección del documento hacen referencia a alguno de los elementos de la cadena de valor, pero no tienen un carácter transversal a toda la cadena de valor del comercio electrónico.¹

5.2.1 Ley 527 de 1999 - Ley de Comercio Electrónico

El comercio electrónico se entiende como toda relación de índole comercial, a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar.

Si bien existe la Ley 527 de 1999, conocida como la “Ley de Comercio Electrónico” (Congreso de la República (a), 1999), a la cual se le asocia al régimen jurídico del comercio electrónico, en Colombia existen varias normas (leyes, decretos, resoluciones, entre otros) que

¹ La cadena de valor del comercio electrónico y sus eslabones se puede consultar en el documento CONPES 4012 de 2020.



complementan esta norma, así como las actividades relacionadas al comercio electrónico. Por este motivo la Ley 527 de 1999 es una norma destinada a dar validez jurídica a las actuaciones que se hacen mediante el intercambio de mensajes de datos, sin que pueda ser considerada como una norma general o “marco” sobre el comercio electrónico, pues, adicionalmente, existen otras normas que complementan dicha ley o regulan asuntos específicos del comercio electrónico, como ya se dijo.

Igualmente, la finalidad de la Ley 527 de 1999 no es la promoción o la regulación del comercio electrónico (a pesar de que la validez jurídica de las operaciones señaladas en la norma mencionada, sin lugar a dudas, promocionan o promueven el comercio electrónico, pues otorga mayor seguridad jurídica a los comerciantes y a los mismos usuarios), sino (siguiendo el modelo de la ley recomendada por las Naciones Unidas) dar certeza jurídica sobre la validez de las operaciones adelantadas mediante el comercio electrónico.

La Ley 527 de 1999 define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, estableciendo las entidades de certificación correspondientes. En este sentido, se entiende como mensajes de datos a 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 (artículo 2 Ley 527). De tal modo, la ley reconoce validez jurídica a cualquier operación de comercio que este soportada o documentada en mensajes de datos.

El artículo 49² de la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor) señala que: *“Sin perjuicio de lo establecido en el literal b) del artículo 2 de la Ley 527 de 1999, se entenderá por comercio electrónico la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concertados a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios”*.

Por lo tanto, para que una operación tenga validez jurídica como una operación de comercio electrónico debe existir algún tipo de intercambio de mensajes de datos (sin que la norma establezca alguno en particular).

² Corregido por el artículo 4 del Decreto 2184 de 2012.



La Ley 527 de 1999, está dividida en cuatro (4) partes, cada una de ella con sus correspondientes capítulos, tal como se presenta en la Tabla 1.

Tabla 1. Ley 527 de 1999 - estructura

Parte I		
Disposiciones Generales		
Capítulo 1 Disposiciones Generales	Capítulo 2 Aplicación de los requisitos jurídicos de los mensajes de datos	Capítulo 3 Comunicación de los mensajes de datos

Parte II
Comercio electrónico en materia de transporte de mercancías Actos y documentos relacionados con el contrato de transporte de mercancías

Parte III					
Firmas digitales, certificados y entidades de certificación					
Capítulo 1 Firmas Digitales	Capítulo 2 Entidades de certificación	Capítulo 3 Certificados	Capítulo 4 Suscriptores de firmas digitales	Capítulo 5 Superintendencia de Industria y Comercio	Capítulo 6 Disposiciones Varias

Parte IV
Reglamentación y Vigencia A cargo de la Superintendencia de Industria y Comercio (derogado por el artículo 176 del Decreto Ley 019 de 2012)

Fuente: Elaboración U.T. TelBroad – Interlat con base en la Ley 527 de 1999



La Ley 527 de 1999 es de aplicación general a todo tipo de relaciones jurídicas, y no solo a relaciones jurídicas comerciales, pues reconoce la validez de los documentos electrónicos y de la firma digital para cualquier tipo de actuación ante el sector público o privado, motivo por el cual no se puede predicar que dicha ley regule el comercio electrónico, pues lo que regula es la validez jurídica del intercambio de mensajes de datos para cualquier tipo de actuación.

Es importante señalar que, bajo la Ley 527 de 1999, si un mensaje de datos cumple con los mismos objetivos y tiene las mismas funciones que un medio tradicional o físico de transmisión de información (por ejemplo, un documento escrito a mano), el mensaje de datos tendrá la misma validez jurídica que el medio tradicional al que reemplaza. Este principio se conoce como el *principio de equivalencia funcional*, pues hace las veces del medio tradicional.

Por ello, las normas del código civil, del código de comercio y de los códigos procesales son aplicables igualmente a las operaciones de comercio electrónico, ya que la Ley 527 de 1999, es una norma general para el intercambio de mensajes de datos que debe ser complementada con las normas especiales que rigen los trámites administrativos ante el Estado y las operaciones de comercio entre particulares.

Los artículos 26 y 27 de la Ley 527 de 1999 abordan el comercio electrónico en materia de contratos de transporte de mercancías (esenciales en el eslabón de la logística de la cadena de valor del comercio electrónico) que se lleven a cabo por medio de mensajes de datos, otorgándole validez jurídica a los contratos de esta naturaleza. Ejemplos de operaciones que aplicarían a estos contratos serían:

- Indicación de las marcas, el número, la cantidad o el peso de las mercancías.
- Declaración de la naturaleza o valor de las mercancías.
- Emisión de un recibo por las mercancías.
- Confirmación de haberse completado el embarque de las mercancías.
- Notificación a alguna persona de las cláusulas y condiciones del contrato.
- Comunicación de instrucciones al transportador.



- Reclamación de la entrega de las mercancías.
- Notificación de la pérdida de las mercancías o de los daños que hayan sufrido.
- Cualquier otra notificación o declaración relativas al cumplimiento del contrato.
- Promesa de hacer entrega de las mercancías a la persona designada o a una persona autorizada para reclamar esa entrega.
- Concesión, adquisición, renuncia, restitución, transferencia o negociación de algún derecho sobre mercancías.
- Adquisición o transferencia de derechos y obligaciones con arreglo al contrato.

Por otra parte, esta ley regula el marco jurídico de la firma digital, su certificación y las entidades certificadoras. Una firma digital se define como un valor numérico que se adhiere a un mensaje de datos y que, utilizando un procedimiento matemático conocido, vinculado a la clave del iniciador y al texto del mensaje permite determinar la procedencia del valor obtenido a la clave del iniciador, y que el mensaje no ha sido modificado posteriormente.

Las entidades de certificación son aquellas autorizadas para la emisión de certificados en relación con las firmas digitales (por ejemplo, Certicámara).

Si bien es cierto, la Ley 527 de 1999 regula la validez de la firma digital, no debe perderse de vista que la existencia jurídica de un documento no requiere, necesariamente, de la firma dentro del mismo, sino de la constatación de que el documento fue elaborado por su autor³.

A pesar de que existían antes de la Ley 527 de 1999 y posterior a ella, normas que dan validez jurídica a los mensajes de datos, la importancia de esta ley radica en el hecho de dar certeza jurídica a los comerciantes y a los mismos usuarios para adelantar actividades de comercio electrónico, pues de manera expresa la ley reconoce la validez de esas actividades soportadas en mensaje de datos, tal como lo recomendó la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional al expedir en el año 1996 la ley modelo de comercio

³ El artículo 244 del Código General del Proceso (Ley 1564, 2012) establece que “Es autentico un documento cuando existe certeza sobre la persona que lo ha elaborado, manuscrito, firmado o cuando exista certeza respecto de la persona a quien se atribuya el documento”.



electrónico, en la cual está soportada la ley en comento, excepto lo relacionado con las disposiciones sobre certificación y firmas electrónicas (CNUDMI, 2021).

5.2.2 Ley 1480 de 2011 – Estatuto del Consumidor

Esta ley establece ciertas obligaciones especiales para los proveedores de bienes y servicios que se ofrezcan usando medios electrónicos.

- En términos de suministro de información:
 - Identificación del proveedor
 - Características de los bienes
 - Medios de pago disponibles
 - Precio total del producto
 - Condiciones generales del contrato
- Deberes de conservación de información
- Mecanismos para la radicación de peticiones, quejas y reclamos
- Mecanismos de seguridad que garanticen la protección de la información personal del consumidor y la transacción misma.

El capítulo V de la Ley 1480 de 2011 (artículos 46 a 48) hace referencia a las ventas que se hacen a distancia señalando el deber del proveedor de dar información exacta al consumidor y permitiendo el derecho de retracto de la compra dentro de los cinco días siguientes.

El capítulo VI de la Ley 1480 de 2011 (artículos 49 a 54) contiene expresamente las normas de protección al consumidor del comercio electrónico, señalando el deber de los proveedores de garantizar la claridad, la protección y la seguridad de la información, así como el derecho a revertir los pagos hechos, dentro de los cinco días siguientes a la compra si el consumidor no está satisfecho con su compra.



En ese sentido, el *Estatuto del Consumidor*, contenido en la Ley 1480 de 2011, comprende las normas presentadas en la Tabla 2.

Tabla 2. Normas aplicables al comercio electrónico – Estatuto del Consumidor

Derechos y obligaciones en comercio electrónico	Artículos de la Ley 1480 de 2011
Se garantiza la protección del consumidor para obtener información adecuada que les permita tomar elecciones fundadas.	1 (numerales 1, 2 y 3)
Es derecho del consumidor recibir información veraz de los productos, sin publicidad engañosa y con derecho a la reclamación.	3 (numerales 1.1. a 1.5)
Todos los proveedores tienen el deber de ofrecer una “garantía legal” al consumidor, esto es ofrecer productos de calidad, con seguridad, idoneidad y en buen estado. El término de la garantía legal será el dispuesto por la ley o por la autoridad competente. A falta de disposición de obligatorio cumplimiento, será el anunciado por el productor y/o proveedor. El término de la garantía legal empezará a correr a partir de la entrega del producto al consumidor. De no indicarse el término de garantía, el término será de un año para productos nuevos. Tratándose de productos perecederos, el término de la garantía legal será el de la fecha de vencimiento o expiración.	7 y 8
Los proveedores que realicen ventas a distancia deberán informar al consumidor sobre la disponibilidad del producto, garantizar la entrega de este en la dirección suministrada por el consumidor y permitir las devoluciones y reclamaciones del consumidor.	46 (numerales 1, 2 y 4)
En las ventas a distancia se entiende incorporado el derecho de retracto del consumidor por espacio de cinco (5) días posterior a la venta.	47
Los proveedores de comercio electrónico deberán informar claramente su identificación legal y ubicación, información cierta, fidedigna y suficiente de los productos que venden, informar los medios de pago que	50 (literales a, b y c)



Derechos y obligaciones en comercio electrónico	Artículos de la Ley 1480 de 2011
disponen y los tiempos de entrega, el precio total del producto y el derecho de retracto.	
Los proveedores de comercio electrónico deben garantizar la seguridad de la información y el derecho al <i>habeas data</i> de los consumidores y sistemas de PQR.	50 (literal g)
Cuando las ventas de bienes se realicen mediante mecanismos de comercio electrónico, y se haya utilizado para realizar el pago una tarjeta de crédito, débito o cualquier otro instrumento de pago electrónico, los participantes del proceso de pago deberán reversar los pagos que solicite el consumidor, dentro de los 5 días siguientes, cuando sea objeto de fraude, o corresponda a una operación no solicitada, o el producto adquirido no sea recibido, o el producto entregado no corresponda a lo solicitado o sea defectuoso.	51
El proveedor de comercio electrónico deberá tomar las medidas posibles para verificar la edad del consumidor. En caso de que el producto vaya a ser adquirido por un menor de edad, el proveedor deberá dejar constancia de la autorización expresa de los padres para realizar la transacción.	52
Quien ponga a disposición una plataforma electrónica en la que personas naturales o jurídicas puedan ofrecer productos para su comercialización y a su vez los consumidores puedan contactarlos por ese mismo mecanismo, deberá exigir a todos los oferentes información que permita su identificación, para lo cual deberán contar con un registro en el que conste, como mínimo, el nombre o razón social, documento de identificación, dirección física de notificaciones y teléfonos. Esta información podrá ser consultada por quien haya comprado un producto con el fin de presentar una queja o reclamo y deberá ser suministrada a la autoridad competente cuando esta lo solicite.	53



Derechos y obligaciones en comercio electrónico	Artículos de la Ley 1480 de 2011
La Superintendencia de Industria y Comercio, de oficio o a petición de parte, podrá imponer una medida cautelar hasta por treinta (30) días calendario, prorrogables por treinta (30) días más, de bloqueo temporal de acceso al medio de comercio electrónico, cuando existan indicios graves que por ese medio se están violando los derechos de los consumidores, mientras se adelanta la investigación administrativa correspondiente.	54

Fuente: Elaboración U.T. TelBroad-Interlat

5.2.3 Ley 1955 de 2019 – Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022

El Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, pacto por la equidad” (Congreso de la República (d), 2019), contiene las siguientes bases para la masificación y el fortalecimiento del comercio electrónico en Colombia.

Tabla 3. Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 - Ley 1955 de 2019

Bases del Plan Nacional de Desarrollo – Ley 1955 de 2019 – para el fortalecimiento del Comercio Electrónico
Lograr que 11,8 millones de hogares (70% de los hogares colombianos) estén conectados a Internet
Empoderar a los ciudadanos en el entorno digital
Colombia debe ir hacia una sociedad digital y hacia una industria 4.0
Transformar el sector postal en el contexto de la digitalización y las tendencias del comercio electrónico
Promover la masificación de la factura electrónica



Promover el uso de medios de pago electrónicos

Impulsar la transformación digital mediante la promoción del comercio electrónico

Fuente: Análisis y elaboración U.T. TelBroad-Interlat

Dentro del Impulso a la transformación digital, mediante la promoción del comercio electrónico, las bases del Plan Nacional de Desarrollo establecieron las siguientes acciones (que se ven concretadas en el documento CONPES 4012 de 2020 y en el Plan de TIC, como se presenta más adelante):

Para favorecer el uso y la apropiación del comercio electrónico, MinCIT, en coordinación con la Consejería Presidencial para la Innovación y la Transformación Digital y MinTIC, diseñarán estrategias y lineamientos diferenciados para remover barreras tecnológicas, económicas, socioculturales y regulatorias teniendo en cuenta el tamaño, sector económico, madurez digital y tendencias tecnológicas sectoriales, entre otras.

Las estrategias y lineamientos para favorecer el uso y la apropiación del comercio electrónico se construirán teniendo en cuenta los siguientes principios:

- Facilitación de la comercialización de bienes y servicios a través de Internet y de forma electrónica.
- Simplificación de trámites relacionados con comercio electrónico.
- Fomento del desarrollo de las redes de pago de bajo valor.
- Promoción del acceso de nuevos agentes al sistema de pagos electrónicos y transferencias.
- Promoción del comercio electrónico transfronterizo.
- Impulso al desarrollo armónico del comercio electrónico con la normativa aduanera.
- Promoción de la transformación del sector postal en el contexto de la digitalización y las tendencias del comercio electrónico.
- Adopción de estándares para el comercio electrónico.



- Aplicación y aprovechamiento de estándares, modelos, normas y herramientas que permitan la adecuada gestión de riesgos de seguridad digital. (P, 726).

Por su parte, el artículo 147 del Plan Nacional de Desarrollo aboga por la transformación digital pública en las diferentes entidades del Estado, promoviendo el uso de tecnologías avanzadas en las diferentes actuaciones de las entidades públicas. Los numerales 7 y 8 de este artículo señalan que las actuaciones del Estado y de los particulares con el Estado deben hacerse a través del Portal Único del Estado colombiano, buscando que todos los tramites sean de forma electrónica. Los numerales 12 y 13 del mismo artículo promueven la implementación de los medios de pago electrónicos en la economía, generando una red masiva de pagos electrónicos.

5.2.4 Otras leyes de importancia

A continuación, se presenta otras leyes que afectan las operaciones de comercio electrónico de manera indirecta.

5.2.4.1 Ley 633 de 2000 – materia tributaria

Ley 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, en su Artículo 91, establece: que todas las páginas web y sitios de Internet de origen colombiano que operan en el Internet y cuya actividad económica sea de carácter comercial, financiero o de prestación de servicios, deberán inscribirse en el registro Mercantil y suministrar a la Dirección de Impuestos y Aduana Nacional DIAN, la información de transacciones económicas en los términos que esta entidad lo requiera.

5.2.4.2 Ley 1266 de 2008 – Ley de *habeas data* financiera

Esta ley se ocupa del tratamiento de los datos personales en relación con la información financiera, crediticia, comercial y la proveniente de terceros países exclusivamente, señalando la carga para las instituciones financieras de garantizar la privacidad de la información recopilada, así como su rectificación y actualización.

El artículo 7 de esta ley establece el deber del tratamiento de los datos personales por parte de todas las instituciones financieras que se ocupan de la captación de recursos del público en general y operadores de bancos de datos que manejen información financiera o



crediticia, en donde caben las operaciones de comercio electrónico a través de pagos electrónicos.

5.2.4.3 Ley 1273 de 2009 – Delitos Informáticos

El artículo 1 de esta ley adiciona el código penal creando los “delitos informáticos” y circunstancias de agravación punitiva (creando los artículos 269A al 269J del Código Penal – Ley 599 de 2000), relacionados con:

- El acceso sin autorización a sistemas informáticos protegidos.
- La generación de obstáculos para acceder a sistemas informáticos.
- La interceptación indebida de datos informáticos.
- La generación de daños informáticos.
- El uso de software malicioso.
- La violación de datos personales.
- La suplantación de sitios web para capturar datos personales.
- El hurto por medio de sistemas informáticos.
- La transferencia no consentida de activos a través de medios informáticos.

La realización de alguna de las anteriores conductas, con dolo o intención de causar daño, dará la pena de prisión de entre 48 y 120 meses, así como multas de entre 100 a 1500 salarios mínimos legales mensuales vigentes (según el tipo penal).

5.2.4.4 Ley 1341 de 2009 – Ley de Tecnologías de Información y las Comunicaciones – Ley TIC

Modificada por la Ley 1978 de 2019 y por la Ley 2108 de 2021.

El artículo 6 de esta ley (modificado por el artículo 5 de la Ley 1978 de 2019) establece que las TIC son *“el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como voz, datos, texto, video e imágenes”*, dentro de la cual no



cabe la definición de comercio electrónico contenida en el artículo 2 de la Ley 527 de 1999 y en el artículo 49 de la Ley 1480 de 2011, según las cuales se *“entenderá por comercio electrónico la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concertados a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios”*.

En todo caso, es claro que el uso de las TIC es fundamental para la realización del comercio electrónico, pues aporta el hardware y software requerido para el acceso a Internet y para la interoperabilidad de los diferentes servicios que se realizan a través de Internet (medios de pago, acceso a portales de compra, software para logística, etc.).

De tal manera que, dentro de los objetivos y las funciones del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, contempladas en los artículos 17 y 18 de la Ley 1341 de 2009 se prevé la función del Ministerio para promover planes, políticas, programas y proyectos del sector TIC.

5.2.4.5 Ley 1369 de 2009 – Régimen de los Servicios Postales

El artículo 3 de esta ley contiene las definiciones de “servicios postales”, “servicio de correo”, “encomienda”, “servicios postales de pago”, “servicio de mensajería expresa”, “objetos postales”, “pequeño paquete”, “operador de servicios postales”, “servicio de mensajería expresa” entre otras. Asimismo, la citada Ley establece las condiciones y requisitos para los operadores postales.

Esta ley resulta relevante para el eslabón de “Logística” de la cadena de valor del comercio electrónico, pues “los operadores de servicios postales” actúan como operadores para la entrega de “objetos postales” (encomienda, mensajería expresa y pequeño paquete) del comercio electrónico.

Igualmente, la ley resulta relevante para el eslabón de “medios de pago” dentro de la cadena de valor del comercio electrónico, de la cual hacen parte los operadores postales de pago que, en la Ley 1369 son definidos como la “Persona jurídica habilitada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para prestar servicios postales de pago y está sometido a la reglamentación que en materia de lavado de activos disponga la ley y sus decretos reglamentarios”.

A su vez, esta ley define a los servicios postales de pago de la siguiente forma:



“Servicios Postales de Pago. Conjunto de servicios de pago prestados mediante el aprovechamiento de la infraestructura postal exclusivamente” (Congreso de la República, 2009).

“Se consideran servicios postales de pago entre otros:

- 1. Giros Nacionales. Servicio mediante el cual se ordenan pagos a personas naturales o jurídicas por cuenta de otras, en el territorio nacional, a través de una red postal. La modalidad de envío podrá ser entre otras, física o electrónica.*
- 2. Giros Internacionales. Servicio prestado exclusivamente por el Operador Postal oficial o concesionario de Correo, mediante el cual se envía dinero a personas naturales o jurídicas por cuenta de otras, en el exterior. La modalidad de envío podrá ser, entre otras, física o electrónica.*

Los giros internacionales están sometidos a lo señalado en la Ley 9ª de 1991, sus modificaciones, adiciones y reglamentos.

- 3. Otros. Servicios que la Unión Postal Universal clasifique como tales”.*

5.2.4.6 Ley 1581 de 2012 – Ley para la protección de datos personales (*habeas data*)

Los artículos 1, 2 y 3 de esta ley garantizan el derecho a la privacidad de la información que se incluyan en bases de datos, la cual solo podrá ser divulgada previa autorización expresa del titular de la información. Igualmente se garantiza el derecho de rectificación y actualización de esa información.

Es de aclarar que, en materia de comercio electrónico, toda la información del consumidor o comprador (personal y financiera) figura en bases de datos que se deben ajustar al tratamiento de los datos personales que exige esta ley (artículos 17 y siguientes de la ley).

Los artículos 19 y siguientes de esta ley señalan a la Superintendencia de Industria y Comercio como la autoridad competente para la protección de datos y de defensa del consumidor en caso de violación a sus datos personales.



5.2.4.7 Ley 1735 de 2014 – Ley de inclusión financiera

Crea las Sociedades Especializadas en Depósitos y Pagos Electrónicos (SEDPE), mediante las cuales se ofrecen giros y transferencias a un costo bajo utilizando teléfonos celulares, Internet, tarjetas de débito, entre otros medios de pago.

El artículo 1 de esta ley señala que solo podrán actuar como SEDPE las instituciones financieras cuyo objeto exclusivo sea la captación de recursos o el envío y recibo de giros financieros, razón por la cual los pagos electrónicos deben hacerse a través de instituciones financieras.

5.2.4.8 Ley 2068 de 2020 – Ley General del Turismo

Esta ley prohibió implícitamente los servicios relacionados con alquiler de habitaciones, casas u apartamentos, mediante Internet, a personas que no cuenten con el permiso como “Prestador de servicio turístico”, previa inscripción en el Registro Nacional de Turismo, a cargo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Establece esta ley, solo el “Prestador de servicio turístico” está habilitado para operar plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos, señalando que no tienen tal calidad de plataformas aquellas que *“prestan servicios de publicidad o se limitan a facilitar el proceso de transmisión y difusión de contenidos, sin adoptar un modelo de negocios de intermediación para la prestación de un servicio turístico”* (artículo 3 numeral 8 de la ley).

En consecuencia, según el numeral 9 del artículo 3 de esta ley, el operador de plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos que se presten y/o disfruten en Colombia es prestador de servicios turísticos, y en tal sentido tendrán las siguientes obligaciones especiales, establecidas en el artículo 38 de la ley:

- *“Contar con inscripción activa y vigente en el Registro Nacional de Turismo.*
- *Interoperar con el Registro Nacional de Turismo en los términos y bajo las condiciones definidas por el Gobierno nacional en desarrollo de la política de Gobierno Digital para que quien utilice la plataforma cuente con inscripción activa y vigente en el Registro Nacional de Turismo. Para este efecto, la plataforma electrónica o digital deberá habilitar un espacio en el que el prestador de servicios turísticos haga visible su número de inscripción en el Registro Nacional de Turismo.*



- *Habilitar los campos necesarios para que el prestador de servicios turísticos que utilice la plataforma, informe los servicios ofrecidos y las condiciones, así como las políticas de confirmación y cancelación. Esta información podrá ser consultada por quien haya comprado un producto con el fin de presentar una queja o reclamo y deberá ser suministrada a la autoridad competente cuando esta lo solicite.*
- *No publicar o retirar o eliminar los anuncios y/u ofertas de los prestadores de servicios turísticos que no cuenten con inscripción activa y vigente en el Registro Nacional de Turismo, o cuando se solicite por las autoridades de inspección, vigilancia y control.*
- *Entregar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo la información de los prestadores de servicios turísticos que utilicen la plataforma. Esta información deberá ser remitida cuando el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo la solicite con fines estadísticos, en el ejercicio de sus competencias.*
- *Entregar la información que en ejercicio de sus competencias requieran las autoridades de inspección, vigilancia y control, así como las autoridades de fiscalización tributaria.*
- *Disponer de mecanismos de atención de peticiones, quejas y reclamos para los prestadores de servicios turísticos y para los turistas.*
- *Pagar la contribución parafiscal para la promoción del turismo, según los mecanismos o procedimientos que determine el Gobierno nacional para su fiscalización y recaudo”.*

Según el parágrafo 3 del artículo 38 de la ley, si el operador de plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos debe transferir o enviar datos personales de turistas desde terceros Estados a Colombia, este deberá cumplir con los requerimientos legales del Estado de origen desde donde se remitirá la información. En caso de no ser posible, el operador no estará obligado a suministrar datos personales de turistas a las autoridades.

El artículo 39 de la ley establece que, el Operador de plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos responderá frente al consumidor por publicidad engañosa por permitir que los prestadores de servicios turísticos utilicen la plataforma sin contar con inscripción



activa y vigente en el Registro Nacional de Turismo, en los términos del artículo 30 del Estatuto del Consumidor.

5.2.4.9 Ley 2069 de 2020 - Por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia

Señalando la creación de Sandbox regulatorios para todas las industrias soportadas en innovación y tecnología. Al respecto, el artículo 5 de la ley establece que:

“El gobierno nacional en un plazo no mayor de un (1) año posterior a la promulgación de esta ley, deberá establecer una regulación complementaria que permita, en cada uno de los Ministerios y Sectores Administrativos, crear un ambiente especial de vigilancia y control, que facilite el desarrollo de modelos de negocio que apalancen e impulsen la economía de alto valor agregado y sostenible en distintos ámbitos, a partir de la promoción de actividades intensivas en tecnología, innovación, uso sostenible del capital natural y/o tendientes a la mitigación de la acción climática. Estos ambientes de prueba evaluarán el funcionamiento y los efectos de nuevas tecnologías o innovaciones en la regulación vigente, para determinar la viabilidad de su implementación y/o la necesidad de establecer una flexibilización del marco regulatorio existente o la simplificación de los trámites.

Estos mecanismos incluirán ambientes especiales dirigidos a desarrollar mejoras regulatorias a través de la experimentación y el desarrollo de instrumentos innovadores con el fin de mejorar el crecimiento sostenible y la formalización empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes).

Se conformará un comité intersectorial que definirá y evaluará los requisitos mínimos necesarios que deberán contener las propuestas de proyectos novedosos y, así poderlas clasificar y trasladar a las entidades responsables de la supervisión con el fin de que den aplicación a este mecanismo.

Para las actividades financieras, bursátil, aseguradora y cualquier otra relacionada con el manejo, aprovechamiento e inversión de los recursos de captación, se tendrá en cuenta lo dispuesto en la Ley 1955 de 2019.

Los diferentes marcos regulatorios tipo Sandbox que sean creados con motivo de esta ley deberán contar con mecanismos que permitan integrar los resultados y experiencias obtenidas a partir de este proceso exploratorio entre los sectores. Para



tal efecto, el Gobierno, a través del Comité Intersectorial al que se refiere el párrafo segundo, establecerá los espacios necesarios para el seguimiento de dichos resultados y para que se promueva la transparencia y el acceso a la información por parte de la ciudadanía”. (Congreso de la República (d), 2019).

5.2.4.10 Ley 2108 de 2021 – Internet como un servicio público esencial y universal

El artículo 1° de la Ley señala que el objeto de la misma es establecer dentro de los servicios públicos de telecomunicaciones, el acceso a Internet como uno de carácter esencial, con el fin de propender por la universalidad para garantizar y asegurar la prestación del servicio de manera eficiente, continua y permanente, permitiendo la conectividad de todos los habitantes del territorio nacional, en especial de la población que, en razón a su condición social o étnica se encuentre en situación de vulnerabilidad o en zonas rurales y apartadas.

Se adiciona un nuevo párrafo al artículo 10 de la Ley 1341 de 2009, señalando que *“El acceso a Internet es un servicio público esencial. Por tanto, los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones no podrán suspender las labores de instalación, mantenimiento y adecuación de las redes requeridas para la operación de este servicio público esencial, y garantizarán la continua provisión del servicio. Lo anterior, sin perjuicio del cumplimiento de los deberes y obligaciones a cargo de los suscriptores y usuarios del servicio, conforme a la regulación de la Comisión de Regulación de Comunicaciones”.*

5.3 Marco reglamentario

A continuación, se presentan los principales decretos, resoluciones y circulares relacionadas o que afectan el comercio electrónico en Colombia.

5.3.1 Decretos

5.3.1.1 Decreto Ley 19 de 2012

Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública.

Los artículos 160 a 163 de este decreto ley reforman los artículos 29,30, 32 y 34 de la Ley 527 de 1999, en lo referente a las características y requerimientos de las entidades de certificación para la firma digital, las actividades y deberes de las entidades de certificación y los requisitos para el cese de actividades.



5.3.1.2 Decreto 2242 de 2015

Por el cual se reglamentan las condiciones de expedición e interoperabilidad de la factura electrónica con fines de masificación y control fiscal.

Decreto expedido en desarrollo de los artículos 616, 617 y 618 del Estatuto Tributario que autorizó la expedición de la factura electrónica como documento equivalente a la factura de venta, haciendo uso de cualquier tecnología disponible, bajo el principio de neutralidad tecnológica, siempre y cuando garantice su autenticidad, integridad y conservación.

El decreto en mención autoriza el uso de la firma digital y la firma electrónica a qué hace referencia la Ley 527 de 1999, señalando que estas permiten garantizar autenticidad e integridad de los mensajes de datos, siendo instrumentos tecnológicos para el control fiscal.

El artículo 6 del decreto 2242 de 2015 establece los requisitos para la conservación de la factura electrónica, señalando que se debe dar aplicación a lo establecido en los artículos 12 y 13 de la Ley 527 de 1999 para garantizar la consulta de la factura en cualquier momento, bien sea por parte del propio vendedor o en cabeza de un tercero que se encargue de dicha conservación.

La factura electrónica era el documento final que hacía falta para la plena realización del comercio electrónico, pues hoy en día toda la cadena de operaciones de comercio electrónico se puede llevar a cabo de forma telemática, a través de Internet, incluyendo la facturación de venta.

5.3.1.3 Decreto 1074 de 2015

Por medio del cual se expidió el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.

Mediante este decreto se hace unificación de toda la normatividad existente a la fecha relacionada con el sector de comercio, industria y turismo; además se hace avances en la reglamentación de la normatividad en materia de comercio electrónico.

El decreto regula lo pertinente al funcionamiento, la inspección y vigilancia de las sociedades comerciales, así como lo referente al tratamiento de los datos personales, a nivel nacional y transfronterizo y el registro nacional de bases de datos. Igualmente incluye los requisitos para la creación y validez de la firma electrónica y lo referente a la creación y



funcionamiento de las entidades de certificación para las firmas electrónicas. Así mismo incorpora lo referente a la validez y expedición de las facturas electrónicas.

El decreto también contiene los requisitos para las reversiones de pagos producto de comercio electrónico (Decreto 587 de 2016), señalando que:

“Cuando la adquisición de productos se realice mediante mecanismos de comercio electrónico tales como Internet, PSE, Call Center o cualquier otro mecanismo de televenta o tienda virtual, y se haya utilizado para realizar el pago una tarjeta de crédito, débito o cualquier otro instrumento de pago electrónico, los participantes del proceso de pago deberán reversar los pagos que solicite el consumidor en cualquiera de los siguientes casos: 1. Cuando el consumidor sea objeto de fraude. 2. Cuando corresponda a una operación no solicitada. 3. Cuando el producto adquirido no sea recibido. 4. Cuando el producto entregado no corresponda a lo solicitado, no cumpla con las características inherentes o las atribuidas por la información que se suministre sobre él. 5. Cuando el producto entregado se encuentre defectuoso”.

5.3.1.4 Decreto 1078 de 2015

Por medio del cual expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Mediante este Decreto, se hace una compilación de toda la normatividad del sector de tecnologías de la información y las comunicaciones.

El decreto contiene los requisitos para la operación de los operadores postales, responsables de la entrega de objetos postales adquiridos por comercio electrónico y de pago, así como su régimen de inspección, vigilancia y control. Igualmente incluye las bases para la adopción del sistema de Código Postal.

El decreto también contiene los principios orientadores y las actividades para el desarrollo de la política de gobierno digital bajo la dirección del Ministerio, así como la creación de zonas de acceso público a Internet inalámbrico.

El decreto desarrolla los servicios excluidos del IVA, contenidos en los numerales 6 y 20 el artículo 476 del estatuto tributario, referido a las características que deben cumplir los servicios de educación virtual para el desarrollo de contenidos digitales y las licencias de software para el desarrollo de contenidos digitales.



Finalmente, este contiene lo referente a los servicios ciudadanos digitales, la creación de la carpeta ciudadana, el manejo de los datos personales, con la finalidad de promover el trámite digital de los servicios que los ciudadanos requieren ante entidades del Estado.

5.3.1.5 Decreto 1165 de 2019

Por el cual se dictan disposiciones relativas al Régimen de Aduanas en desarrollo de la Ley 1609 de 2013.

Regula las relaciones jurídicas que se establecen entre la administración aduanera y quienes intervienen en el ingreso, permanencia, traslado y salida de las mercancías, hacia y desde el Territorio Aduanero Nacional, con sujeción a la Constitución y la ley.

Asimismo, se aplica sin perjuicio de las disposiciones especiales y las resultantes de acuerdos o tratados internacionales a los que haya adherido o adhiera Colombia. Los acuerdos o tratados mencionados comprenden, entre otros, los acuerdos comerciales y los referidos a la protección de la propiedad intelectual.

Este régimen aplica para los productos que ingresen al país, incluido los provenientes del comercio electrónico, así como para las actividades que ejecutan los operadores logísticos aduaneros.

El decreto contiene la regulación para la exportación por tráfico postal y envíos urgentes de paquetes cuyo contenido no supere los 5.000 dólares americanos en exportación y 2.000 dólares en importaciones.

5.3.1.6 Decreto 1234 de 2020

Por medio del cual se adiciona el Decreto 2555 de 2010 en lo relacionado con el espacio controlado de prueba para actividades de innovación financiera.

Este decreto autoriza los *sandbox* en materia de *Fintech* bajo el entendido “*Que la innovación financiera es un instrumento de política pública que permite aumentar la eficiencia en la prestación de los servicios financieros, facilita la inclusión financiera y promueve el desarrollo y competitividad del sector*” (Considerandos del Decreto).



Señala el decreto en sus consideraciones que *“revisada la experiencia sobre el fortalecimiento de metodologías y herramientas que permitan promover la innovación y digitalización en el sistema financiero, diversos organismos internacionales coinciden en los beneficios de la creación de un espacio controlado de prueba (sandbox), que permite operar temporalmente y bajo la supervisión de la autoridad competente a empresas que implementen desarrollos tecnológicos innovadores”*.

Los *sandboxes* financieros estarán bajo la vigilancia de la Superintendencia Financiera y tendrán como objetivos:

- Aprovechar la innovación en la prestación de servicios y productos financieros.
- Velar por la protección y los intereses de los consumidores financieros.
- Preservar la integridad y estabilidad del sistema financiero.
- Prevenir los arbitrajes regulatorios.

5.3.1.7 Decreto 1692 de 2020

Por medio del cual se modifica el Decreto 2555 de 2010 en lo relacionado con los sistemas de pago de bajo valor.

El decreto busca actualizar el sistema de pagos para facilitar la inclusión financiera y crear un ecosistema digital por medio del cual se facilite el acceso de nuevos actores en la cadena de pagos, en lo referidos a pagos de pequeñas compras.

Dentro de los considerandos del decreto se explica la importancia de esta reglamentación, señalando que:

“Que el sistema de pago de bajo valor, el cual reúne las transacciones y pagos entre personas naturales o jurídicas, comercios, entidades estatales, patrimonios autónomos y otros agentes de la economía, es esencial para el adecuado funcionamiento del sector financiero y para aumentar la eficiencia y formalidad de la economía, contribuye además a la transformación digital del Estado y de la sociedad.

Que contar con un sistema de pagos moderno, facilita la inclusión financiera de la población al crear un ecosistema digital que conlleve a la reducción del efectivo, al



tiempo que promueva el uso de los productos financieros y la generación de información transaccional que luego puede servir como historial crediticio para ampliar el acceso de la población a otros servicios financieros más sofisticados.

Que la actualización del sistema de pago de bajo valor requiere ajustar su estructura a las nuevas realidades del mercado, actualizar los estándares de operación, facilitar el acceso de nuevos actores en la cadena de pagos y fortalecer el adecuado suministro de información a los usuarios y participantes del sistema.

Que en los últimos años varios países han implementado iniciativas regulatorias que apuntan al desarrollo de la industria de pagos electrónicos, mediante el reconocimiento de nuevos jugadores especializados en las diferentes actividades de la cadena de pagos y la adopción de principios normativos para que las nuevas tecnologías e innovaciones sean interoperables. Que, con los anteriores objetivos, se propone adelantar la separación y definición de las distintas actividades que se realizan al interior de los sistemas de pago de bajo valor y los deberes de los actores del sistema sujetos a esta reglamentación, incluyendo un fortalecimiento a los estándares de gobierno corporativo, así como un mayor nivel de transparencia en los requisitos de acceso al sistema y las comisiones y tarifas cobradas a los usuarios y participantes”.

El Decreto trae cambios relacionados con permitir la entrada de nuevos actores en la actividad de adquirencia, define cambios en materia de gobierno corporativo para entidades administradoras del sistema de pagos e incluso establece un nuevo registro para sociedades no vigiladas que desarrollen la actividad de adquirencia, donde se deberá cumplir con ciertos requisitos para que la Superintendencia Financiera de Colombia pueda autorizar la inscripción en el mencionado registro.

Los pagos de bajo valor, así como los pagos de alto valor, serán aquellos montos que defina la Junta Directiva del Banco de la República.

Los principales cambios de este Decreto, frente a la reglamentación anterior del Decreto 2555 de 2010 son:

- Crea la figura de la “Adquirencia” y las sociedades de adquirencia, como la actividad consistente en la ejecución y el cumplimiento de las responsabilidades que se listan a continuación:



- Vincular a los comercios al sistema de pago de bajo valor.
 - Suministrar al comercio tecnologías de acceso que permitan el uso de instrumentos de pago.
 - Procesar y tramitar órdenes de pago o transferencia de fondos iniciadas a través de las tecnologías de acceso.
 - Abonar al comercio o al agregador, en los términos con ellos convenidos, los recursos de las ventas realizadas a través de las tecnologías de acceso a él suministradas, así como gestionar los ajustes a los que haya lugar derivados de un proceso de controversias, devoluciones, reclamaciones o contracargos y notificar al usuario la confirmación o rechazo de la orden de pago o transferencia.
 - Autoriza que las tres primeras actividades antes listadas puedan ser contratadas con terceros contratistas denominados “Proveedores de servicios de pago”, en donde podrían encajar las pasarelas de pago.
- Se crea la figura del “Proveedor de tecnologías de acceso” como aquel que suministra al comercio tecnologías de acceso que permitan el uso de instrumentos de pago en ambientes presente y no presente.
 - Pueden realizar las actividades de adquirencia los establecimientos de crédito, las SEDPE y sociedades no vigiladas por la Superintendencia Financiera, con lo cual permite el ingreso de nuevos actores al mercado financiero con requisitos menores para las entidades financieras.

5.3.1.8 Decreto 1064 de 2020

Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El artículo 5 establece como funciones del despacho del Ministro la de *“Promover, formular, articular y ejecutar políticas públicas para el desarrollo del comercio electrónico de bienes y servicios y la digitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas en los sectores productivos de la economía”*.

El artículo 24 establece como funciones del despacho del Viceministro de Transformación Digital: *“Formular, articular e impulsar políticas públicas y programas orientados al*



aprovechamiento de tecnologías de la información y las comunicaciones en el desarrollo y promoción del comercio electrónico de bienes y servicios”.

El artículo 29 establece, dentro de las funciones de la Dirección de Economía Digital, la de *“Formular, coordinar y hacer seguimiento a la implementación de políticas públicas y programas orientados al aprovechamiento de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para el desarrollo y promoción del comercio electrónico de bienes y servicios”.*

El artículo 32 establece dentro de las funciones de la Subdirección para la Transformación Sectorial (dependiente de la Dirección de Economía Digital) la de *“Apoyar la formulación de políticas y la articulación de programas, planes y proyectos dirigidos a la mayor utilización y aprovechamiento de las tecnologías de la información y las comunicaciones en los procesos productivos y en el desarrollo y promoción del comercio electrónico de bienes y servicios”.*

5.3.1.9 Decreto 278 de 2021

Por el cual se modifica el Decreto 2147 de 2016, relativo al régimen de zonas francas.

El decreto tiene como finalidad flexibilizar los requisitos para la creación de las zonas francas como áreas de exportación de bienes y servicios y agilizar los procedimientos para su creación, así como el fortalecimiento de la logística de comercio exterior para la competitividad empresarial.

5.3.2 Resoluciones

5.3.2.1 Resolución 0046 de 2019 - DIAN

Por la cual se reglamenta el Decreto 1165 de 2 de julio de 2019.

La presente norma, busca facilitar y agilizar las operaciones de comercio exterior, adoptar procedimientos simplificados, promover la implementación de nuevas tecnologías y el cumplimiento de los tratados y pactos internacionales.

Se busca agilizar las operaciones de comercio exterior, para garantizar la dinámica de intercambio comercial, el acceso de los productos y servicios a los mercados internos y



externos y la competitividad de los productos y servicios colombianos en el mercado internacional.

Respecto al tráfico postal y envíos urgentes, la resolución incluye las siguientes disposiciones:

- Establece el registro en el servicio informático electrónico de una subpartida arancelaria diferente a la subpartida arancelaria general de la modalidad de tráfico postal y envíos urgentes, cuando la guía original no registró ninguna desde su emisión en origen (numeral 11 del artículo 12 de la resolución).
- El artículo 110 y siguientes de la resolución regula lo referente a los requisitos para actuar como intermediario de la modalidad de tráfico postal y envíos urgentes y depósitos para envíos urgentes.
- El artículo 124 establece los requisitos para la declaración anticipada obligatoria para la importación de mercancías, exceptuando de la obligación de tal declaración a las importaciones que se realicen bajo la modalidad de tráfico postal y envíos urgentes.
- El artículo 163 a 165 se ocupa de regular los requisitos (generales y especiales) para la habilitación de las zonas de verificación para la modalidad de tráfico postal y envíos urgentes.
- El artículo 166 y siguientes contiene los requisitos para el trámite para la solicitud de habilitación de los centros de distribución logística internacional y las zonas de verificación para la modalidad de tráfico postal y envíos urgentes.
- Respecto al régimen de importación (llegada de la mercancía al territorio aduanero nacional), el artículo 188 de la resolución señala que en la información de los documentos de transporte de la mercancía, provenientes de tráfico postal y envíos urgentes, se debe incluir la información relativa al valor *FOB (Free On Board)* de la mercancía, bajo el Formato 1166 versión 7 o el que lo modifique o sustituya.
- El artículo 263 establece que serán intermediarios del tráfico postal y envíos urgentes la Sociedad Servicios Postales Nacionales, las sociedades autorizadas por ésta y las empresas de transporte internacional que cuenten con licencia del MinTIC



para actuar como empresas de mensajería especializada, debidamente inscritas en la DIAN.

- Los artículos 264 y siguientes regulan, respecto al tráfico postal y envíos urgentes, el lugar para realizar los trámites de importación, el procedimiento para la presentación de documentos a la autoridad aduanera, los cambios de modalidad (en concordancia con el artículo 355 de la misma resolución), la identificación de la mercancía, la liquidación de los tributos aduaneros, entre otros.
- El artículo 523 establece los requisitos para la exportación de productos objeto de tráfico postal y envíos urgentes desde las zonas francas.

5.3.2.2 Resolución Externa 1 de 2018 - Banco de la República.

Por la cual se compendia y modifica el régimen de cambios internacionales.

Mediante esta norma se adopta la reglamentación general, los términos, condiciones y procedimientos aplicables a la declaración de cambio y a las operaciones del mercado cambiario

Se definió la declaración de cambio como la información de los datos mínimos de las operaciones de cambio canalizadas por conducto del mercado cambiario, suministrada por los residentes y no residentes que realizan las operaciones de cambio y transmitida al Banco de la República por los intermediarios del mercado cambiario y los titulares de cuentas de compensación.

Igualmente establece que toda operación de obligatoria canalización, a través del mercado cambiario, debe realizarse por conducto de los intermediarios del mercado cambiario. Sin intermediarios bancarios autorizados por el artículo 7 de la resolución:

- Los establecimientos bancarios.
- Las corporaciones financieras.
- La Financiera de Desarrollo Nacional.
- Bancóldex.
- Las Cooperativas financieras



- Las sociedades comisionistas de bolsa de valores.
- Las sociedades de intermediación bancaria y de servicios financieros especiales.
- Las sociedades especializadas en depósitos y pagos electrónicos (SEDPE).
- La Financiera de Desarrollo Territorial (FINDETER).
- El Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (FINAGRO).
- El Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior (ICETEX).
- La Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial.
- El Fondo Nacional de Ahorro (FNA).

El artículo 8 de la resolución establece las operaciones autorizadas dentro del mercado cambiario para las entidades antes listadas y los requisitos de las operaciones.

5.3.2.3 Resolución CRC 5980 de 2020

Por la cual se adiciona el Título XII Aplicación de Mecanismos Alternativos de Regulación a la Resolución CRC 5050 de 2016.

La Resolución 5980 de 2020 tiene como objeto determinar las condiciones generales para la aplicación del Sandbox regulatorio como mecanismo alternativo de regulación basado en la experimentación monitoreada, con el objetivo de generar innovación en cualquier aspecto en la provisión de redes y servicios de comunicaciones, incluyendo los servicios postales. En todo caso, a la fecha no se ha iniciado Sandbox alguno para operadores postales.

Esta resolución contiene los pasos a seguir para la apertura de procesos de regulación experimental, a través de Sandbox en el sector TIC y postal, señalando que los requisitos básicos de las propuestas de *sandbox* deben contener: (i) innovación de la propuesta presentada frente a la oferta disponible en el mercado; (ii) beneficios esperados para los ciudadanos; (iii) necesidad demostrada de por qué no puede ser implementada la propuesta por la regulación corriente; (iv) la experiencia del proponente para poner en práctica la propuesta presentada.



La CRC puede hacer los ajustes que considere conveniente, en caso de ser aceptada la propuesta, señalando que el plazo de experimentación de la propuesta será de doce meses, prorrogables por un lapso igual.

5.3.2.4 Resolución MinTIC 1292 de 2021

Por la cual se establecen las reglas relativas al sistema de administración del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo para los operadores postales de pago y se deroga la Resolución 2564 de 2016.

La citada resolución tiene por objeto establecer los requisitos y parámetros mínimos para la adecuada administración y mitigación del riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (LA/FT) y la Financiación de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva, que deben acreditar y mantener los Operadores de Servicios Postales de Pago, como parte integral de su operación de giro postal (artículo 1).

Para efectos de la aplicación de la resolución serán sujetos obligados los Operadores de Servicios Postales de Pago, quienes deberán implementar y desarrollar el Sistema de Administración de Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SARLAFT) y la Financiación de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva, atendiendo los requisitos mínimos establecidos en esta.

Las actividades de giros internacionales desarrolladas por el Operador Postal Oficial estarán sujetas al Sistema de Administración de Riesgos (artículo 2).

Igualmente, el artículo 4 y siguientes de la resolución establecen el alcance del SARLAFT, las etapas para su diligenciamiento, los elementos integrantes del SARLAFT y las sanciones por su no diligenciamiento.

Finalmente, el artículo 9 de la resolución establece que la Subdirección de Asuntos Postales del MinTIC publicará anualmente el monto de operación del servicio postal de pagos aplicables para la presente resolución.



5.3.3 Circulares

5.3.3.1 Circular Externa 008 de 2018 de la Superintendencia Financiera de Colombia

Por medio de la cual la Superintendencia Financiera de Colombia “Imparte instrucciones en materia de requerimientos mínimos de seguridad y calidad para la realización de operaciones.”

Con el fin de introducir los conceptos de ambiente de venta presente, ambiente de venta no presente y entidades administradoras de pasarelas de pago, y fijar los requerimientos mínimos que deben cumplir los establecimientos de crédito y los administradores de sistemas de pago de bajo valor que vinculen administradores de pasarelas de pago para la realización de operaciones en ambiente de venta no presente.

5.3.3.2 Circular Conjunta del 11 de abril de 2020

Expedida por los Ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y, de Comercio, Industria y Turismo (alcance al artículo 3 del Decreto 531 de 2020, en lo relacionado con comercio electrónico).

El Decreto 531 de 2020, contempla 35 excepciones que permiten el derecho de circulación de personas para los casos o actividades allí consagradas en el territorio nacional durante el aislamiento preventivo obligatorio. De esa manera las empresas podrán hacer uso amplio de las plataformas de comercio electrónico para adquirir mercancías de ordinario consumo, las cuales podrán ser desarrolladas durante la medida de aislamiento preventivo obligatorio.

5.3.3.3 Circular 013 de 29 de julio de 2021 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Mediante la cual se establecen los parámetros para la asignación de certificados de firma digital, tanto para los usuarios nuevos, como para los usuarios registrados que realicen el trámite por medio de la Ventanilla Única del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

5.3.3.4 Circular Externa 005 de 18 de marzo de 2021 de la Superintendencia Financiera.

Sobre las “Instrucciones relacionadas con el Registro de Adquirentes No Vigilados- RANV”.



En consideración a las disposiciones contenidas en el artículo 2.17.3.1.1 del Decreto 2555 del 2010, modificado por el Decreto 1692 del 2020, que establece que la actividad de adquirencia (realización de pagos con tarjetas débito o crédito) puede ser desarrollada por los establecimientos de crédito, las sociedades especializadas en depósitos y pagos electrónicos SEDPE y por sociedades no vigiladas por la Superintendencia Financiera, esta última entidad impartió instrucciones.

Así, creó el Capítulo IX, Título IV, Parte III en lo relacionado con entidades administradoras de sistemas de pago de bajo valor (EASPBV) de la Circular Básica Jurídica. Igualmente, modificó el subnumeral 2.3. del Capítulo V, Título I, Parte I bienes e inversiones de las entidades vigiladas.

Adicionalmente, atendiendo lo dispuesto en el artículo 2 del Decreto 1692, las entidades administradoras de sistemas de pago de bajo valor que también desarrollan la actividad de adquirencia deben informar a la superintendencia, a más tardar el 19 de abril de este año, qué actividad desarrollarán y adjuntar el plan de ajuste para dar cumplimiento a las disposiciones que le sean aplicables.

La Circular tiene aplicación directa para todas las entidades administradoras de sistemas de pago de bajo valor, establecimientos de crédito, sociedades especializadas en depósitos y pagos electrónicos y sociedades no vigiladas que desarrollen actividades de adquirencia al momento de procesar compras del comercio electrónico por medio del ecosistema de pagos digitales.

5.3.3.5 Circular Externa 011 de 22 de diciembre de 2020 de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Con el fin de “Modificar el numeral 2.3.3 del Capítulo Segundo del Título 11 de la Circular Única de la SIC, precisando el ámbito de aplicación del sistema de indicación de precios por unidad de medida (PUM).”

La finalidad del PMU, es garantizar a los consumidores el ejercicio efectivo del derecho a la información, el derecho a la libre e informada elección, y asegurar la protección de los intereses económicos de los consumidores, facilitando la comparación de precios, no solo dentro del mismo almacén o comercio que realiza ventas mediante métodos a distancia, sino también en relación con los productos ofrecidos en otros almacenes o comercios que realizan ventas a través de métodos a distancia.



5.3.3.6 Circular Única Superintendencia de Industria y Comercio – Actualización 2021. Capítulo 2. Información al consumidor.

Información pública de precios. El artículo 26 de la Ley 1480 de 2011 establece que todo proveedor o expendedor está obligado a informar al consumidor en pesos colombianos el precio de venta al público, incluidos todos los impuestos y costos adicionales de los productos, que el precio debe informarse visualmente y que el consumidor sólo estará obligado a pagar el precio anunciado. En consecuencia, todo proveedor o expendedor deberá informar el precio de venta de los bienes o servicios que ofrezca al público de conformidad con lo establecido en el presente numeral, sin perjuicio de la reglamentación especial que puedan expedir otras autoridades competentes en sectores específicos de la economía.

“Definiciones

Ventas a distancia: Son las realizadas sin que el consumidor tenga contacto directo con el producto que adquiere y que se dan por medios tales como, pero sin limitarse a, catálogos, folletos o vía comercio electrónico.

Sistemas de indicación pública de precios, literal D: En forma contigua a la imagen o descripción del producto en ventas a distancia mediante catálogo, folleto o comercio electrónico.

Reglas para la Indicación del PUM, Literal B: Con el fin de facilitar al consumidor la comparación del precio de los productos de similares características, el comerciante tiene la obligación de informar en la góndola, estante, anaquel, o mediante etiqueta adherida a los productos mismos, el Precio por Unidad de Medida PUM utilizando unidades de masa, volumen, longitud, área o unidad de producto de manera idéntica para todos los productos de la misma categoría que se encuentren en el establecimiento de comercio, catálogo, folleto o canal de comercio electrónico expresada en la misma unidad del Sistema Internacional de Unidades – SI”.

5.4 Marco de Política Pública para el comercio electrónico y Plan TIC 2018 – 2022.

A nivel de documentos de política pública asociados al comercio electrónico directamente a los eslabones de la cadena de valor, se destacan algunos CONPES y el Plan TIC.



Además se precisa que, según el Decreto 1869 de 2017, el CONPES *“es un organismo colegiado, sin personería jurídica, que asesora al Gobierno nacional en todos aquellos aspectos que se relacionan con el desarrollo económico y social del país”* (art. 2.2.12.1.1.). Dentro de sus funciones, entre otras, están *“1. Servir de organismo coordinador y señalar las orientaciones generales que deben seguir los distintos organismos especializados de la dirección económica y social del Gobierno nacional. 2. Aprobar los documentos de política económica y social, y aquellos que sirvan de base para la elaboración de los planes y programas nacionales de desarrollo”*. (art. 2.2.12.1.3.).

Si bien es cierto los documentos CONPES carecen de vinculación jurídica, por ser expedidos por un organismo colegiado sin personería jurídica (no constituyen actos administrativos), si contienen las directrices generales del Gobierno para el manejo económico y social de los temas de relevancia para el país, estando las entidades del gobierno nacional comprometidas a ejecutar las acciones que contengan los diferentes documentos CONPES.

5.4.1 CONPES 4012 de 2020 – Política Nacional de Comercio Electrónico

Objetivo general:

Impulsar el comercio electrónico en Colombia en las empresas y la ciudadanía para aumentar la generación de valor social y económico en el país.

Objetivos específicos:

- Generar capacidades para impulsar el uso y apropiación del comercio electrónico en las empresas.
- Generar capacidades para impulsar el uso y apropiación del comercio electrónico en la ciudadanía.
- Fomentar la innovación y las buenas prácticas en la prestación de los servicios postales y logísticos para dar respuesta a las dinámicas del comercio electrónico.
- Definir acuerdos institucionales y actualizar el marco normativo para impulsar el comercio electrónico.

Algunas acciones previstas en el Plan de Acción de este documento CONPES:



- Elaborar un plan para articular la oferta institucional en comercio electrónico con la oferta institucional existente relacionada con desarrollo productivo de población en pobreza y vulnerabilidad económica.
- Diseñar un manual de buenas prácticas en el marco del comercio electrónico dirigido a los operadores postales y logísticos.
- Generar información y elaborar un documento de buenas prácticas relacionadas con la protección del consumidor y la libre competencia en plataformas digitales Implementar las recomendaciones que surgen de la aplicación de la metodología ArCo o la que haga sus veces sobre la oferta institucional actualmente existente en temas relacionados con comercio electrónico.
- Diseñar e implementar un sistema de información de comercio electrónico en el país para consolidar, actualizar, generar, monitorear y divulgar estadísticas e indicadores del comercio electrónico y los eslabones de su cadena de valor.
- Realizar y socializar un documento de análisis de las mejores prácticas internacionales en materia regulatoria, y las posibles normas a modificar en temas de interoperabilidad, almacenaje, bodegaje, trámites aduaneros y comercio transfronterizo, zonas francas, entre otros.
- Elaborar y ejecutar un Plan de Comercio Electrónico Rural el cual será el marco de acción para la promoción de este tipo de comercio en las zonas rurales del país.
- Ejecutar una oferta educativa en temas relacionados con comercio electrónico para los extensionistas y productores agropecuarios. b. Ejecutar oferta de capacitación en transformación digital incentivando el comercio electrónico en MiPymes.

Para cumplir con esos objetivos específicos, el CONPES propone las siguientes acciones en reformas al marco normativo y en el desarrollo de políticas públicas:



Tabla 4. Acciones normativas propuestas en el documento CONPES 4012 de 2020

	Acciones propuestas	Entidad responsable	Fecha estimada de la norma o fin de la acción
1	Realizar un estudio que diagnostique los costos asociados a los pagos digitales en las empresas. El estudio contará con mesas de trabajo que evalúen el desarrollo de mecanismos para la disminución de estos costos identificados. Lo anterior, con el fin de incentivar el uso de estos medios de pago.	Ministerio de Hacienda y Crédito Público	Noviembre 2021
2	Generar confianza y cultura ciudadana en el comercio electrónico (Diseñar una guía de protección para el consumidor para el comercio electrónico, publicando los derechos, deberes y obligaciones de las partes involucradas en la celebración de relaciones de consumo a través de comercio electrónico).	Superintendencia de Industria y Comercio	Diciembre 2021
3	Desarrollo del manual de buenas prácticas para operadores postales y logísticos en el comercio electrónico (Implementar un manual de buenas prácticas en el comercio electrónico dirigido a operadores postales y logísticos con el fin de disminuir los tiempos de entrega y dar a conocer la reglamentación sanitaria y fitosanitaria)	Departamento Nacional de Planeación	Diciembre 2022
4	Realizar un documento de análisis de las mejores prácticas internacionales en materia regulatoria, así como de las posibles normas a modificar y, si es el caso, propuesta y camino de	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Diciembre 2021



	Acciones propuestas	Entidad responsable	Fecha estimada de la norma o fin de la acción
	modificación, que permita impulsar la cadena de valor del comercio electrónico en temas de interoperabilidad, almacenaje, bodegaje, trámites aduaneros y comercio transfronterizo, zonas francas, entre otros. Este documento se socializará ante el Comité Técnico de Economía y Transformación Digital del Sistema Nacional de Competitividad e Innovación de tal manera que permita la toma de decisiones de política en favor de la facilitación del comercio electrónico.		
5	Analizar los procesos de armonización normativa en materia de protección de datos con diferentes regiones económicas y adelantará aquellas modificaciones que incrementen el comercio electrónico de Colombia a nivel global.	Superintendencia de Industria y Comercio	Diciembre de 2024
6	Evaluar la regulación cambiaria para efectuar los cambios que considere pertinentes para establecer el procedimiento de canalización de divisas a través de pasarelas de pago. Posteriormente, la DIAN expedirá la regulación que considere necesaria para ejercer el control cambiario dentro del ámbito de su competencia y su actualización en materia informática. Lo anterior con el fin de hacer más expedito el comercio transfronterizo y sus operaciones asociadas a las	DIAN	Junio 2021



	Acciones propuestas	Entidad responsable	Fecha estimada de la norma o fin de la acción
	exportaciones e importaciones de bienes.		
7	Diagnostico al programa Exporta fácil Colombia (Realizar diagnóstico al programa Exporta fácil Colombia con el fin de generar insumos que permitan la actualización de los lineamientos de política pública en torno al alcance y operación de este programa, y oriente su rediseño para facilitar e impulsar las ventas al exterior de las micro, pequeñas y medianas empresas del país a través del comercio electrónico).	Departamento Nacional de Planeación	Diciembre 2022

Fuente: CONPES 4012 de 2020.

A nivel de acciones de política pública, el mismo documento CONPES propone estrategias para el fomento del comercio electrónico que se muestran en la Tabla 5.

Tabla 5. Acciones del CONPES 4012 de 2020 que buscan fomentar el comercio electrónico

	Acciones propuestas	Entidad responsable	Fecha estimada de la norma o fin de la acción
1	Generar confianza y cultura ciudadana en el comercio electrónico (Desarrollar una estrategia para generar confianza en los consumidores del comercio electrónico y pagos digitales)	DAPRE	Diciembre 2023
2	Generar confianza y cultura ciudadana en el comercio electrónico (Capacitación a los consumidores para la protección de datos en plataformas digitales y normas sobre la materia)	Superintendencia de Industria y Comercio	Diciembre de 2023



	Acciones propuestas	Entidad responsable	Fecha estimada de la norma o fin de la acción
3	Desarrollar un marco de gobernanza e institucionalidad para el comercio electrónico	Departamento Nacional de Planeación	Diciembre 2025
4	Generar confianza y cultura ciudadana en el comercio electrónico (Llevar a cabo una agenda de discusión y un estudio de mejores prácticas internacionales para la regulación de plataformas colaborativas y digitales)	DAPRE	Diciembre 2022
5	Habilitar mecanismos regulatorios complementarios para la innovación en el comercio electrónico (Adelantar un estudio para generar información y buenas prácticas sobre la protección del consumidor y la libre competencia en las plataformas digitales)	Departamento Nacional de Planeación	Diciembre 2021

Fuente: CONPES 4012 de 2020.

Respecto a la cadena de valor del comercio electrónico, según el CONPES 4012 de 2020 está compuesta por cuatro (4) eslabones:

- (i) el acceso al portal de compra (*Marketplace* o *web shop*),
- (ii) gestión de pago (*online* u *offline*),
- (iii) logística para la gestión de los pedidos y los envíos (en donde se incluye los trámites aduaneros para gestión de envíos desde el exterior) y
- (iv) postventa para atención al cliente.

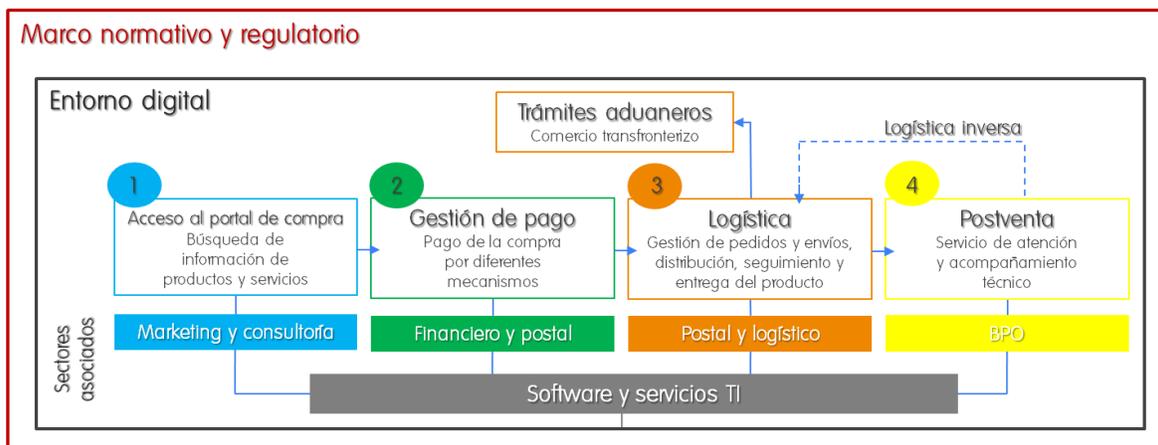


Ilustración 1. Entorno y cadena de valor del comercio electrónico

Fuente: CONPES 4012 de 2020

Al respecto, señala el citado documento CONPES que:

“La cadena de valor se entiende como una secuencia de etapas interrelacionadas en las que se desarrollan actividades que le permiten a un establecimiento poner a disposición de los compradores y comercializar un bien o servicio en línea garantizando la atención postventa.” (DNP (b), 2020)

Como se muestra en la Ilustración anterior, la cadena de valor está compuesta por cuatro (4) grandes eslabones, los cuales se describen a continuación. Estos eslabones se pueden subdividir o categorizar en subprocesos.

- **Acceso al portal de compra:** conocida también como la etapa de información, es donde se realiza la búsqueda de los sitios web (Marketplace, *retail*, redes sociales, etc.) para acceder a información sobre un producto o servicio en línea para su compra. Por la naturaleza de este eslabón, están involucrados agentes que realizan actividades relacionadas con la puesta en marcha de los portales de compra. Incluye la consultoría operativa y legal para las empresas que quieren incursionar en el comercio electrónico.
- **Gestión de pago:** en esta fase el comprador, después de haber decidido efectuar el intercambio económico, selecciona la modalidad de pago del producto o servicio. Dependiendo de la selección puede requerir los servicios de una red procesadora de pago, pasarela de pagos, recaudador o de un operador de servicios postales de pago.



Al igual que en el eslabón anterior, también están involucrados agentes de puesta en marcha de gestores de pago.

- **Logística:** una vez aprobada la compra se requieren la articulación de una serie de subprocesos necesarios para garantizar la gestión del pedido, el envío, la distribución, el seguimiento y la entrega del producto. En este eslabón se incluyen todas aquellas actividades y procesos logísticos que se llevan a cabo en el comercio electrónico (eLogística).
- **Postventa:** después de haber recibido el producto o servicio, el comprador puede demandar o recibir por parte del proveedor un acompañamiento técnico o adquirir bienes o servicios adicionales. Igualmente, en este eslabón se incluyen servicios de logística inversa, en caso de devolución o uso de los servicios de garantía.

Para el desarrollo y aprovechamiento del comercio electrónico en el país es importante destacar sus habilitadores: (i) entorno digital y (ii) marco normativo y regulatorio. Estos dos habilitadores constituyen el contexto bajo el cual interactúan los agentes identificados en la cadena de valor. A través del primero de ellos se reconoce que el comercio electrónico tiene siempre como telón de fondo e impulsor el acceso y uso de las TIC (Observatorio de Comercio Electrónico, 2018), y a través del segundo se destaca que el comercio electrónico requiere de un marco regulatorio y normativo claro y neutral, que facilite la interacción de los diferentes agentes”.

5.4.2 CONPES 3982 de 2020 - Política Nacional Logística

Objetivo general:

Promover la intermodalidad en el transporte y la facilitación del comercio para reducir los costos y tiempos logísticos y así impulsar la competitividad del país.

Objetivos específicos:

- Promover la intermodalidad a través del desarrollo de modos de transporte competitivos y de conexiones eficientes de intercambio modal con el fin de reducir los costos logísticos de transporte nacional.
- Promover la facilitación del comercio a través de la optimización de la operación e infraestructura de los nodos de intercambio comercial y los trámites de importación



y exportación con el fin de reducir los tiempos logísticos en las operaciones de comercio exterior.

- Diseñar mecanismos de articulación institucional, acceso a la información, promoción del uso de TIC y fortalecimiento del capital humano en los procesos logísticos con el fin de optimizar su desempeño.

Líneas de acción:

- Generación de condiciones para el desarrollo de un sistema de transporte intermodal eficiente.
- Modernización en la prestación de los servicios de transporte de carga.
- Optimización de la oferta de infraestructura de los terminales de comercio exterior.
- Optimizar los trámites de importación y exportación.
- Fortalecimiento institucional en los sectores de transporte y comercio.
- Promover el acceso a la información y el uso de TIC en logística.
- Promoción de capital humano cualificado orientado a la logística.

El desempeño de la logística en Colombia aún es bajo para garantizar la entrega a tiempo o dentro de plazos razonables de los productos al cliente final. Según el documento CONPES 3982 de 2020 “Política Nacional Logística” el país presenta bajos puntajes de desempeño en materia logística (siendo 5 la mayor puntuación).

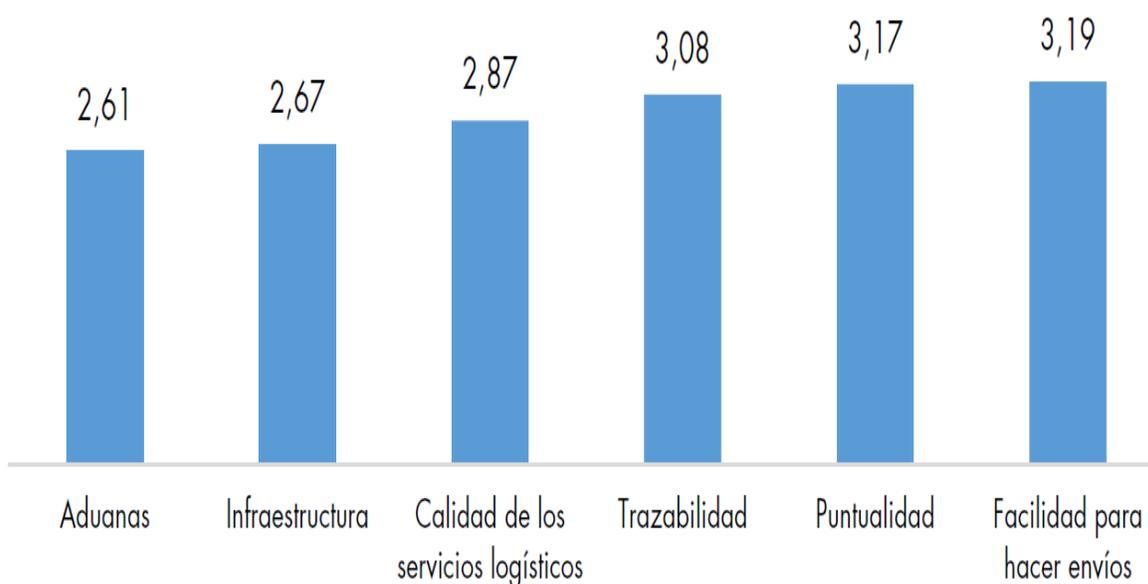


Ilustración 2. Puntajes en los componentes del índice de desempeño logístico de Colombia - 2018

Fuente: CONPES 3982 de 2020.

Al respecto señala el documento CONPES 3982 de 2020 “Política Nacional Logística”:

“En materia de competitividad en logística, en la medición del índice de desempeño logístico de 2018, Colombia ocupó el puesto 58 entre 160 economías, superado por países latinoamericanos tales como Chile (34), Panamá (38), México (51) y Brasil (56). De acuerdo con los resultados del índice, los mayores desafíos para el país tienen que ver con los componentes de aduanas, que hacen referencia a la eficiencia de la gestión aduanera y fronteriza, e infraestructura, asociada a los aspectos de transporte y de comercio. La baja calificación de estos dos componentes coincide con las problemáticas identificadas en el marco de la Misión de Logística y Comercio Exterior” (DNP (d), 2020).

Según el mismo documento, la carga es transportada en Colombia mayoritariamente por carretera (en un 73.5%) frente al transporte fluvial, férreo, cabotaje y aéreo, siendo Bogotá y Medellín los principales centros de producción de carga y las rutas Bogotá – Cali – Buenaventura; Bogotá – Costa Atlántica; Medellín – Costa Atlántica y Medellín – Buenaventura los principales corredores viales. Esta política prevé inversiones por 40 billones de pesos hasta el año 2025, para mejorar esos corredores viales (Concesiones 4G), ampliando la capacidad vial y reduciendo los tiempos de transporte.



Sin embargo, con la modernización de la red de infraestructura carretera, las problemáticas de congestión y déficit vial se concentran en los accesos a ciudades y en la logística urbana. Esto, puesto que, en el país la red nacional de autopistas no cuenta con conexiones viales que mantengan las condiciones en términos de velocidad y seguridad a través de las áreas urbanas para conectar los distintos destinos y los centros logísticos e industriales.

Esta situación genera saturación alrededor de las ciudades que, sumada a la congestión urbana, reduce la competitividad en el transporte de carga. Ello ocasiona, por ejemplo, que al momento de ingresar a las ciudades los vehículos de carga reduzcan su velocidad de 50 km/h a 10 km/h, lo cual afecta la productividad del modo de transporte (Ministerio de Transporte, 2016). Se estima que en Colombia se pierde cerca del 2 % del Producto Interno Bruto (PIB) al año por efecto de la congestión en las ciudades (16 billones de pesos). Estas ineficiencias en el transporte urbano de carga producen impactos negativos, como la congestión, la contaminación y la siniestralidad, e incrementan los costos a los consumidores finales (DNP (d), 2020).

En suma, los problemas logísticos del país son grandes en materia de acceso a infraestructura vial, tanto a nivel nacional como a nivel urbano, lo cual dificulta la entrega de los paquetes en un corto tiempo. Por otro lado, señala el CONPES en mención que:

“Se estima que la edad promedio de la flota de vehículos de transporte automotor de carga en Colombia se ubica en 21 años, cifra superior a la de países de la región, como Chile (11 años), Brasil (12 años) o México (16 años). Un parque automotor con estas características genera externalidades negativas, como mayores niveles de siniestralidad y contaminación que, en conjunto, afectan el desempeño competitivo del país. Por ejemplo, se estima que en 2017 se generaron 6.718 muertos y 40.088 heridos por siniestros viales”. (DNP (d), 2020).

Desde el punto de vista del tiempo total requerido para los trámites de una operación de comercio exterior, Colombia en 2018 presentó un promedio de 112 horas para la realización de todos los trámites aduaneros que implica la importación o la exportación de un producto, muy por encima de otros países de la región.

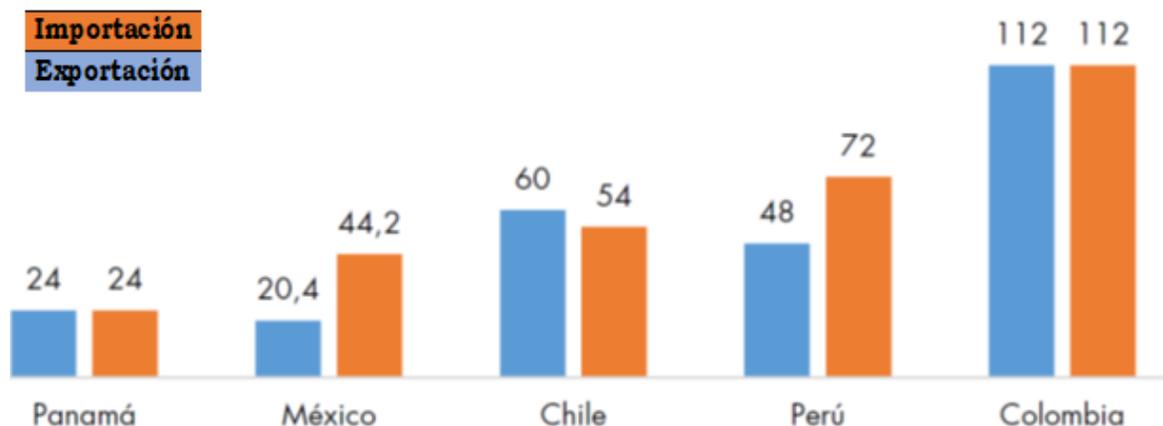


Ilustración 3. Tiempo promedio requerido en operaciones de comercio exterior

Fuente: CONPES 3982 de 2020

El mismo documento CONPES señala que este tiempo de 112 horas en las operaciones de comercio exterior se debe a que solo el 11,6 % utilizan la declaración anticipada, mecanismo con el cual se presentan tiempos promedio de 89 horas para entregas en lugar de arribo, y entre 59 horas y 111 horas en lugar de depósito (sin y con permanencia en depósito, respectivamente). En el caso de las importaciones que no utilizan el mecanismo de declaración anticipada (i.e. el 88,4 % de las declaraciones), tardan 99 horas con entrega en lugar de arribo y entre 104 y 230 horas con entrega en lugar de depósito (sin y con permanencia en depósito, respectivamente).

Finalmente, sobre este aspecto valga comentar que este documento CONPES está relacionado con el eslabón de “Logística” de la cadena de valor del comercio electrónico, pues la infraestructura de carreteras y la infraestructura intermodal que el documento CONPES pretende mejorar en el mediano y largo plazo es la utilizada por las empresas de logística para el transporte interno de los bienes adquiridos por medio de comercio electrónico, tanto a nivel nacional como urbano. Igualmente, los aspectos de mejora, relacionados con una mayor eficiencia y agilidad en los procesos de aduana y comercio exterior redundará en menores tiempos de entrega de los paquetes objeto del comercio electrónico.



5.4.3 CONPES 4005 de 2020 - Política Nacional de Inclusión y Educación Económica y Financiera

Objetivo general:

Integrar los servicios financieros a las actividades cotidianas de los ciudadanos y las MiPymes para contribuir al crecimiento e inclusión financiera del país.

Objetivos específicos:

- Ampliar la oferta de productos y servicios financieros a la medida y mejorar su pertinencia para aumentar la inclusión financiera de personas y empresas.
- Generar mayores competencias, conocimiento y confianza en el sistema financiero y sectores asociados para desincentivar el uso del efectivo y promover el uso de los servicios financieros formales.
- Fortalecer la infraestructura financiera y digital para incrementar el acceso, uso y eficiencia de los servicios financieros formales.
- Proponer una gobernanza institucional para mejorar la articulación en la implementación de las estrategias de educación e inclusión financiera.

Líneas de acción:

- Promoción del acceso de personas y empresas a más y mejores productos y servicios financieros.
- Pertinencia de los productos y servicios financieros dirigidos a la población vulnerable.
- Calidad y pertinencia del programa de educación económica y financiera formal.
- Calidad y pertinencia de los programas de educación económica y financiera no formal.
- Mayor claridad y confianza sobre los productos y servicios financieros.



- Disponibilidad del servicio de autenticación digital para servicios con el Estado, mayor interoperabilidad y competencia en el mercado de información de los consumidores financieros y del sistema de pagos de bajo valor.
- Articulación institucional para una mejor gobernanza.
- Medición de la inclusión financiera.

Este CONPES está relacionado con el eslabón de medios de pago dentro de la cadena de valor del comercio electrónico, pues pretende desincentivar el uso del efectivo como medio de pago, promoviendo el uso de medios digitales de pago, lo cual redundará en favor del comercio electrónico. Igualmente, el documento CONPES pretende generar una mayor inclusión financiera, incrementando los porcentajes de la población que hacen uso de medios digitales de pago y promoviendo también la educación digital para que las personas conozcan el funcionamiento de las tecnologías dentro de los medios de pago.

5.4.4 CONPES 3995 de 2020 – Política Nacional de Confianza y Seguridad Digital

Objetivo general:

Establecer medidas para desarrollar la confianza digital a través de la mejora la seguridad digital de manera que Colombia sea una sociedad incluyente y competitiva en el futuro digital mediante el fortalecimiento de capacidades y la actualización del marco de gobernanza en seguridad digital, así como con la adopción de modelos con énfasis en nuevas tecnologías.

Objetivos específicos:

- Fortalecer las capacidades en seguridad digital de los ciudadanos, del sector público y del sector privado para aumentar la confianza digital en el país.
- Actualizar el marco de gobernanza en materia de seguridad digital para aumentar su grado de desarrollo y mejorar el avance en seguridad digital del país.
- Analizar la adopción de modelos, estándares y marcos de trabajo en materia de seguridad digital, con énfasis en nuevas tecnologías para preparar al país a los desafíos de la 4RI.

Líneas de acción:



- Fortalecer las capacidades en seguridad digital de los ciudadanos, del sector público y del sector privado para aumentar la confianza digital en el país.
- Actualizar el marco de gobernanza en materia de seguridad digital para aumentar su grado de desarrollo y mejorar el avance en seguridad digital del país
- Analizar la adopción de modelos, estándares y marcos de trabajo en materia de seguridad digital, con énfasis en nuevas tecnologías para preparar al país a los desafíos de la 4RI.

Este documento CONPES impacta los eslabones de acceso al portal de compras y gestión de pago dentro de la cadena de valor del comercio electrónico, buscando generar – entre otras cosas – una mayor confianza del consumidor al momento de hacer pagos por canales electrónicos, señalando para ello estrategias tendientes a garantizar la seguridad digital de los ciudadanos al momento de hacer transacciones por Internet, incluidas las del comercio electrónico.

5.4.5 CONPES 3975 de 2019 – Política Nacional para la Transformación Digital e Inteligencia Artificial

Objetivo general:

Aumentar la generación de valor social y económico a través de la transformación digital del sector público y del sector privado, mediante la disminución de barreras, el fortalecimiento del capital humano y el desarrollo de condiciones habilitantes, para que Colombia pueda aprovechar las oportunidades y enfrentar los retos relacionados con la 4RI.

Objetivos específicos:

- Disminuir las barreras que impiden la incorporación de tecnologías digitales en el sector privado y en el sector público para facilitar la transformación digital del país.
- Crear condiciones habilitantes para la innovación digital en los sectores público y privado con el propósito que sea un mecanismo para el desarrollo de la transformación digital.



- Fortalecer las competencias del capital humano para afrontar la 4RI con el fin de asegurar el recurso humano requerido.
- Desarrollar condiciones habilitantes para preparar a Colombia para los cambios económicos y sociales que conlleva la IA.

Líneas de acción:

- Disminuir barreras relacionadas con la falta de cultura y el desconocimiento para abordar la adopción y explotación de la transformación digital en el sector privado.
- Desarrollar ajustes normativos e institucionales para favorecer la adopción de la transformación digital en componentes clave de la productividad empresarial
- Mejorar el desempeño de la política de gobierno digital, para abordar la adopción y explotación de la transformación digital en el sector público
- Alianzas internacionales para la innovación.
- Diseñar y ejecutar iniciativas de fomento al emprendimiento y la transformación digital.
- Promover la innovación basada en TIC en el sector público.
- Ejecutar iniciativas de alto impacto apoyadas en la transformación digital.
- Generar condiciones habilitantes que favorezcan el desarrollo de competencias digitales durante la trayectoria educativa, correspondientes con los retos de las transformaciones tecnológicas.
- Desarrollar capacidades y competencias para potenciar la interacción de la comunidad educativa con las tecnologías emergentes para aprovechar las oportunidades y retos de la 4RI o industria 4.0.
- Configuración de ecosistemas de innovación orientados a generar apropiación de la cultura innovadora para incentivar el desarrollo social y económico.
- Alianzas internacionales para la formación de talento.



- Preparación de la educación, con prioridad en IA, que contribuya al desarrollo de competencias para la 4RI
- Generar las condiciones habilitantes para impulsar el desarrollo de la IA en Colombia.
- Impulsar el desarrollo de tecnologías digitales para la 4RI en Colombia.

Este documento CONPES resulta transversal a toda la cadena de valor del comercio electrónico, pues la política de transformación digital del sector público y privado, y la política de promoción de la inteligencia artificial en el país fomentan y facilitan la accesibilidad al uso de la tecnología y de los medios digitales dispuestos para interactuar con el Estado y entre los mismos particulares.

En la medida en que se disminuyan las barreras para la incorporación de las tecnologías digitales y se creen las condiciones para la innovación, el comercio electrónico se verá favorecido al fortalecer cada uno de los procesos que involucren el uso de tecnologías maduras y avanzadas.

5.4.6 Plan TIC 2018-2022

El artículo 17 de la Ley 1341 de 2009, modificado parcialmente por el artículo 13 de la Ley 1978 de 2019, establece como objetivos del MinTIC, entre otros:

1. Diseñar, formular, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en correspondencia con la Constitución Política y la Ley, con el fin de promover la inversión y el cierre de la brecha digital, contribuir al desarrollo económico, social y político de la Nación, y elevar el bienestar de los colombianos.
2. Promover el uso y apropiación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones entre los ciudadanos, las empresas, el Gobierno y demás instancias nacionales como soporte del desarrollo social, económico y político de la Nación.

Por su parte, el artículo 18 de la misma ley, modificado por el artículo 14 de la Ley 1978 de 2019, establece como funciones del MinTIC, entre otras:



1. Diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
2. Definir, adoptar y promover las políticas, planes y programas tendientes a incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional, a las tecnologías de la información y las comunicaciones y a sus beneficios (...).

Igualmente, se presentó como el Decreto 1064 de 2020, asigna expresas funciones de promoción del comercio electrónico al Ministro de TIC y al Viceministro de Transformación Digital.

En desarrollo de esos objetivos y funciones de ley, el MinTIC expidió el “Plan TIC 2018-2022: El futuro digital es de todos” que contiene elementos claves de las TIC que son soporte para la expansión del comercio electrónico, tal como se presenta en la siguiente ilustración.

Tabla 6. Ejes del Plan Nacional de TIC

Los 4 ejes del Plan de TIC 2018-2022	
<p>Entorno TIC para el desarrollo Digital</p> <p>Masificar las TIC al 100% de la población.</p>	<p>Inclusión Social Digital</p> <p>Llevar conectividad al mayor número posible de habitantes (70% de los hogares colombianos conectados a Internet).</p>
<p>Ciudadanos y hogares empoderados del entorno digital</p> <p>Apropiación de las TIC mediante un uso seguro, responsable y productivo.</p>	<p>Transformación digital sectorial y territorial</p> <p>Digitalización de trámites e intercambio de información entre entidades y servicios ciudadanos digitales.</p>

Fuente: Análisis y elaboración U.T. TelBroad-Interlat

Los ejes presentados dan soporte al desarrollo del comercio electrónico, dando igualmente cumplimiento a las bases del Plan Nacional de Desarrollo, en concreto en los siguientes aspectos:

- La masificación de las TIC implica disponer de conectividad para acceso a Internet y de equipos (PC, Tablet, smartphone) para esa conectividad, los cuales son elementos fundamentales para el comercio electrónico.



- El 70% de los hogares conectados a Internet facilitará el acceso al comercio electrónico, sobre todo de los hogares que a 2018 no contaban con acceso a Internet (50% de los hogares).
- La apropiación de las TIC conlleva el aprendizaje en el uso de computadores y sistemas informáticos, lo cual también facilita el acceso al comercio electrónico.
- La digitalización de los trámites y documentos públicos es un incentivo para que los particulares y las empresas también digitalicen sus trámites, entre ellos el comercio a través de Internet.

De otra parte, en el eje de “Transformación digital sectorial y territorial” se incluye la iniciativa para “la transformación digital empresarial de los sectores productivos”, *“que tiene como objetivo aumentar el grado de adopción de tecnología y el comercio electrónico del sector empresarial colombiano, y promover su uso en aras de la productividad y competitividad. Para cumplir esta meta se plantean tres ejes de trabajo: (i) Transformación de la mentalidad y cultura empresarial, (ii) Acompañamiento en la transformación de los procesos empresariales y (iii) Desarrollo e implementación de tecnología para la transformación digital”* (MinTIC (a), 2019).

De esta forma, el primer eje de trabajo propuso la puesta en marcha de estrategias y metodologías que promuevan el fortalecimiento de habilidades gerenciales y la generación de confianza en la tecnología y en el comercio electrónico. Para ello, el Plan TIC propone actividades de “sensibilización”, “capacitación” y “apropiación”, con el fin de generar confianza y hacer uso de la tecnología y del comercio electrónico.

Para ello se destaca la iniciativa de “Habilidades Digitales” que comprende la generación de confianza en el comercio electrónico a nivel nacional, generado a través de medios masivos, digitales y alternativos, buscando la masificación del comercio electrónico. *“Está dirigida a los empresarios y emprendedores del país, así como a los usuarios finales o clientes que aún no hacen uso estratégico de la tecnología porque la consideran insegura o no les genera confianza”*.

Respecto a los empresarios, la estrategia buscará sensibilizar e informar a los mismos, a nivel nacional, sobre los beneficios de implementar adecuadamente la cadena de valor del comercio electrónico en sus modelos de negocios, así como presentar los mecanismos mediante los cuales pueden empezar a vender en línea. Respecto a los ciudadanos o



consumidores, se busca sensibilizar e informar, entre otros, sobre los beneficios de las compras en línea, los mecanismos de pago, seguridad informática y protección al consumidor (MinTIC (a), 2019).

Mediante el “Plan de apropiación para la transformación digital empresarial” se busca desplegar un equipo de facilitadores en el territorio nacional que apoyen a por lo menos 10.000 empresarios durante el primer año, para que adopten por lo menos una acción de transformación digital empresarial. Esta dinámica deberá fortalecer el ambiente empresarial para implementar el comercio electrónico y deberá ser enriquecida con un acompañamiento en las tres etapas del proyecto (sensibilización, capacitación y apropiación).

Además de la iniciativa de Habilidades Digitales, el Plan TIC propone la de “Pagos Digitales”, mediante la cual se busca llegar a, por lo menos, 290.414.782 transacciones digitales en comercio electrónico durante el cuatrienio. Para ello, el Plan propone el desarrollo de tres líneas en concreto:

- eCommerce + COMPETITIVO para incrementar tecnologías emergentes como IoT, Blockchain, Big Data, entre otras.
- Expansión de empresas del comercio electrónico, buscando generar nuevos mercados nacionales e internacionales al menos para 20 empresas.
- Alistamiento de empresas para Marketplace, para apoyar la implementación de estrategias encaminadas a preparar y acompañar a empresas colombianas para que incrementen sus pagos digitales y la visibilidad de sus productos a través de Marketplace consolidados. Con este programa se pretende beneficiar al menos un Marketplace, el cual estará enfocado en la implementación de estrategias que permitan a las empresas que no han logrado vender en línea, realizarlo a través de su plataforma y apalancados en su experiencia e infraestructura.

5.4.7 Plan de modernización del Sector Postal 2020-2024

El Plan de Modernización del sector postal apunta a:

“Mediante el presente Plan, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) promoverá la modernización del sector postal, tomando como principios los lineamientos consignados en el Pacto por la Transformación



Digital de Colombia del “Plan Nacional de Desarrollo 2018 - 2022 Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad” (PND), el Plan TIC 2018 – 2022, el Plan Integral de Reforma y Desarrollo Postal (PIDEP) de 2018, el documento CONPES 3982 de política nacional logística y el documento CONPES 3975 de política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial, que resaltan la necesidad de potencializar los servicios postales en el marco de una economía cada vez más digital y el comercio electrónico” (MinTIC (b), 2020)

En primera instancia el citado Plan hace un recuento de la situación del mercado a 31 de diciembre de 2019, el marco normativo y cómo ha sido la participación de los operadores postales dentro de la cadena de valor del comercio electrónico.

Vale la pena destacar que el Plan de Modernización del Sector Postal reconoce la importancia que los operadores postales adelanten planes de innovación y de uso de tecnologías avanzadas para incursionar directamente (como portales de compra) dentro del comercio electrónico o haciendo parte de otros eslabones de la cadena de valor, tal como ha sucedido con los principales operadores postales del mundo.

El objetivo general del Plan es “Generar mecanismos que permitan habilitar la modernización el sector postal en Colombia, frente a las nuevas dinámicas del mercado, en el marco de la transformación digital”. En ese sentido, uno de sus objetivos específicos es “Promover la inclusión de los operadores postales en el ecosistema del comercio electrónico”.

Para la realización de este objetivo específico, el Plan señala dos líneas de acción en concreto, bajo la dirección del MinTIC:

“Línea de acción 10: El MinTIC en coordinación con entidades de comercio en Colombia, asociaciones de MiPymes, universidades, y organizaciones públicas y privadas, desarrollará estrategias que fortalezcan la inclusión de los operadores postales en la cadena de valor del comercio electrónico, propendiendo por el desarrollo de sistemas informáticos estandarizados desde la recepción hasta la entrega de objetos postales y la aplicación de soluciones basadas en tecnologías de la 4RI. Esta actividad deberá estar terminada en el cuarto trimestre de 2021.

Línea de acción 11: El MinTIC en coordinación con la DIAN, y entidades aduaneras del país, realizarán un diagnóstico, mesas de trabajo y ajustes normativos que



permitan dinamizar la actividad postal de Colombia tanto para entrada como salida de objetos postales. Se evaluará la efectividad de continuar con la estructuración del Comité de Contacto Postal Aduanero conforme a la Ley 1369 de 2009 y el Decreto 390 de 2016. Esta actividad deberá estar terminada en el segundo trimestre de 2022” (MinTIC (b), 2020).

A la fecha el MinTIC viene trabajando en la Línea de acción 10, esperando presentar los resultados a finales de 2021. Respecto a la Línea de acción 11 a la fecha no se ha tenido avances en materia.

5.5 Recomendaciones normativas de la OCDE para el comercio electrónico

Según el documento “Panorama del Comercio Electrónico: Políticas, Tendencias y Modelos de Negocio” (OCDE (a), 2019) el comercio electrónico debe contar con las siguientes acciones normativas para su promoción y desarrollo de nuevos modelos de negocio:

5.5.1 Marco normativo robusto para la protección de datos personales en el comercio transfronterizo

Las normas y reglamentos locales o regionales también afectan el comercio electrónico transfronterizo. Por ejemplo, los flujos de datos a través de las fronteras han suscitado preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad.

Además, a las autoridades se les dificulta cada vez más acceder a los datos procedentes del extranjero en los casos en que pareciera justificado desde el punto de vista normativo. Esto ha llevado a algunos gobiernos a restringir la transferencia transfronteriza de datos o a exigir que los datos se almacenen de forma local. Las implicaciones de estas medidas aún no se comprenden del todo y han generado un debate polarizado. Por un lado, existe la preocupación de cómo las medidas nuevas y existentes relativas a la localización de datos afectan la actividad económica (aumento de los costos, requisitos de transferencia de tecnología) y los beneficios a mayor escala del comercio digital. Por otra parte, existe la preocupación de garantizar los objetivos de la política pública, tales como la protección de la privacidad, la seguridad o los derechos de propiedad intelectual. El reto es encontrar un equilibrio que permita alcanzar estos objetivos clave y, al mismo tiempo, preservar los importantes beneficios del comercio digital.



Este tema, relativo a la protección de datos a nivel transfronterizo también ha sido discutido y contenido en algunos de los Tratados de Libre Comercio suscritos por el país, bajo la responsabilidad del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de la Superintendencia de Industria y Comercio. Igualmente, la Ley 1581 de 2012 (Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales) prohíbe la transferencia de datos personales de cualquier tipo a países que no proporcionen niveles adecuados de protección de datos. Se entiende que un país ofrece un nivel adecuado de protección de datos cuando cumpla con los estándares fijados por la Superintendencia de Industria y Comercio sobre la materia, los cuales en ningún caso podrán ser inferiores a los que la presente ley exige a sus destinatarios (artículo 26).

En ese sentido, la *Guía para la implementación del principio de responsabilidad demostrada en las transferencias internacionales de datos personales* (SIC, 2019), incluye la lista de países que tienen un nivel adecuado de protección de datos para efectos de la circulación transfronteriza de los datos⁴.

5.5.2 Marco normativo robusto para la protección del consumidor

Las personas que compran en línea tienen derecho al mismo nivel de protección que las que realizan transacciones convencionales. Hace un llamado a los gobiernos para que trabajen con las empresas y los grupos de consumidores con el fin de determinar los cambios en materia jurídica que podrían incrementar la confianza de los consumidores en el comercio electrónico.

En particular, las leyes de protección al consumidor deberían abarcar las aplicaciones y servicios en línea que se ofrecen de forma “gratuita” a cambio de obtener acceso a los datos personales de un usuario. Las empresas deben tener especial cuidado en la mercadotecnia dirigida a los niños u otros consumidores vulnerables.

Asimismo, deben adoptarse disposiciones con el fin de garantizar que los consumidores comprendan los términos y condiciones relativos a la adquisición y utilización de contenidos

⁴ Siendo estos países: Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Costa Rica, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, España, Estados Unidos de América, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Islandia, Italia, Japón, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, México, Noruega, Países Bajos, Perú, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, República de Corea, Rumania, Serbia, Suecia y los países que han sido declarados con el nivel adecuado de protección por la Comisión Europea (Suiza, Canadá, Argentina, Guernsey, Isla de Man, Jersey, Islas Feroe, Andorra, Israel, Uruguay y Nueva Zelanda).



digitales, y los consumidores deben tener acceso a mecanismos de fácil manejo para resolver las controversias nacionales y transfronterizas en materia de comercio electrónico.

Los gobiernos y las partes interesadas deben trabajar de manera conjunta con el fin de establecer niveles mínimos de protección al consumidor en todos los mecanismos de pago, dado que el nivel de protección de los pagos puede variar dependiendo del tipo de mecanismo de pago que se utilice. Una mayor confianza en los servicios de pago es esencial para impulsar la participación del consumidor en el comercio electrónico.

En Colombia este tema debe estar bajo la conducción de la Superintendencia de Industria y Comercio, tomando como referencias las competencias establecidas en el Estatuto del Consumidor. Al respecto se debe destacar la normativa ya existente en materia de derechos del consumidor del comercio electrónico en Colombia, contenida en la Ley 1480 de 2011 ya reseñada anteriormente (Congreso de la República (b), 2011). Igualmente, en cumplimiento del plan de acción plasmado en el documento CONPES 4012 de 2020 (DNP (b), 2020), esta Superintendencia está trabajando en la expedición de una guía de protección para el consumidor para el comercio electrónico, incluyendo los derechos, deberes y obligaciones de las partes involucradas en la celebración de relaciones de consumo a través de comercio electrónico (para generar confianza y cultura ciudadana en el comercio electrónico).

5.5.3 Marcos normativos de planificación urbana que promuevan soluciones logísticas de última milla

Sobre este tema, se deben analizar al momento de expedir las reglamentaciones sobre planificaciones urbanas la flexibilidad para construir vías de acceso, primarias y secundarias, que garanticen la rápida entrega de los productos a los consumidores, sobre todo en ciudades rurales o con difíciles vías de acceso.

Desde tiempo atrás se ha visto que uno de los principales cuellos de botella para la masificación del comercio electrónico, principalmente en ciudades pequeñas o rurales, es la carencia de vías de acceso adecuadas que faciliten el ingreso de los camiones destinados al transporte de los objetos adquiridos a través del comercio electrónico.

Este tema en Colombia es competencia de los Concejos Municipales al momento de expedir o reformar los respectivos Planes de Ordenamiento Territorial presentados por las alcaldías municipales o distritales.



Como se presentó previamente el CONPES que contiene la Política Nacional Logística (DNP (d), 2020) reconoce el cuello de botella que se genera en Colombia por la falta de vías adecuadas (nacionales y urbanas) para el movimiento de vehículos de transporte de los paquetes o de carga, razón por la cual la recomendación de la OCDE resulta pertinente para el caso colombiano.

5.5.4 Exenciones normativas para probar nuevas tecnologías

Es deseable la realización de experimentos o pruebas regulatorias, a través de *sandbox*, para el uso de nuevas tecnologías (tales como drones, métodos electrónicos de pago, monedas virtuales e impresiones electrónicas en 3D) que promuevan el comercio electrónico, generando exenciones regulatorias que lleven a que los operadores se interesen en asumir los costos económicos que estas nuevas tecnologías demandan.

Por ejemplo, facilitar el uso de los drones para la entrega de productos, eliminando temporalmente (mientras se hace la prueba experimental o *sandbox*) los permisos para el uso del espacio aéreo o haciendo pruebas para el pago del comercio electrónico a través de medios no tradicionales de pago, como las monedas virtuales (Ej. Bitcoin).

El permiso temporal para el uso de estas nuevas tecnologías, con la eliminación temporal de los permisos o habilitaciones generalmente establecidas, generan un incentivo para que los operadores se vean interesados en hacer uso de nuevas tecnologías que pueden masificar el comercio electrónico, eliminando actuales cuellos de botella, como por ejemplo el acceso a sistemas bancarizados o a difíciles vías de acceso por carretera.

En Colombia se contempló la posibilidad de crear espacios de prueba (*sandbox*) que permitan evaluar el funcionamiento y efectos de nuevas tecnologías e innovación en industrias reguladas (Congreso de la República (e), 2020), siendo imperante que el Gobierno Nacional fije una regulación complementaria a estos modelos de negocio para su implementación por los Ministerios y los Sectores Administrativos.

Estas actividades, dependiendo de la tecnología a usar, serían responsabilidad de la Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC (en el caso de operadores postales), o del Ministerio de Hacienda y Crédito Público y la Superintendencia Financiera (en el caso de nuevos medios de pago como Fintech) o, incluso del Departamento Administrativo de Aeronáutica Civil (para el uso del espacio aéreo de drones). Por tanto, resulta pertinente



abordar *sandboxes* regulatorios para el ingreso de nuevas tecnologías que promuevan el comercio electrónico.

En el caso de la CRC tiene como objeto determinar las condiciones generales para la aplicación del Sandbox regulatorio como mecanismo alternativo de regulación basado en la experimentación monitoreada, con el objetivo de generar innovación en cualquier aspecto en la provisión de redes y servicios de comunicaciones, incluyendo los servicios postales (CRC, 2020). En todo caso, a la fecha no se ha iniciado Sandbox alguno para operadores postales.

En el caso del sector financiero, como se señaló en el capítulo del marco normativo del comercio electrónico, el Presidente a través del Decreto 1234 de 2020, estableció los requisitos para los *sandbox* de innovación financiera (Fintech) (Presidencia de la República (b), 2020).

5.5.5 Marcos normativos en materia de impuestos

La política impositiva ocupa un lugar destacado en la agenda del comercio electrónico. En lo que respecta a los impuestos directos, los nuevos modelos de negocio digitales, incluidos los del comercio electrónico, han planteado problemas en cuanto a cómo y dónde se crea el valor, en particular debido a que dependen en gran medida de los activos intangibles y al aumento de los niveles de recopilación de datos y de participación de los usuarios. Dado que los activos intangibles tienen una gran movilidad, los nuevos modelos de negocio del comercio electrónico suponen un desafío para los regímenes tributarios del impuesto sobre la renta, los cuales se basan en gran medida en factores físicos para determinar la presencia imponible y asignar las ganancias.

En cuanto a los impuestos indirectos, uno de los desafíos tributarios más importantes derivados de la digitalización, y en concreto del crecimiento del comercio electrónico, está asociado con la recaudación del impuesto al valor agregado (IVA) o del impuesto sobre bienes y servicios (IBS) en el comercio transfronterizo B2C de bienes, servicios y bienes intangibles. Teniendo en cuenta que es probable que los vendedores digitalizados extranjeros no tengan presencia en el mercado de un consumidor y que esta jurisdicción cuente con recursos limitados para exigirle a un vendedor extranjero que aplique y remita el IVA sobre los servicios y bienes intangibles que se suministran a los consumidores finales en dicha jurisdicción, el resultado es que dichos vendedores sólo pueden cobrar un monto excesivamente bajo o ningún monto correspondiente al IVA sobre dichos suministros. Lo



anterior puede tener efectos negativos en los ingresos por concepto de IVA de los países y puede generar condiciones de desigualdad entre los proveedores nacionales y los proveedores extranjeros.

Por ello es recomendable buscar acuerdos multilaterales entre los diferentes países para coadyuvar en la aplicación de los impuestos del comercio electrónico transfronterizo, pues la aplicación de medidas unilaterales o locales podría hacer menos competitivo al país y al mismo comercio electrónico, por cuanto se podrían aumentar los costos de transacciones digitales, impidiendo el desarrollo del comercio electrónico.

Este asunto debería ser abordado en Colombia por los Ministerios de Relaciones Exteriores, de Comercio, Industria y Turismo, de Hacienda y Crédito Público, con el apoyo técnico de la DIAN.

5.5.6 Promoción de la libre competencia en el comercio electrónico

El comercio electrónico suele realizarse a través de plataformas en línea, que a menudo se caracterizan por tener mercados multilaterales. Los mercados multilaterales por lo general se benefician de los efectos de red indirectos que aumentan los rendimientos totales a escala. Diversas dinámicas de competencia entran en juego para los vendedores por Internet, así como para otros actores del comercio tradicional. En este contexto, se ha trabajado en el ámbito de la competencia para determinar si los instrumentos antimonopolio tradicionales siguen siendo pertinentes.

Uno de dichos aspectos de las leyes antimonopolios es el de las restricciones verticales, que pueden reducir o impulsar la competencia mediante acuerdos entre los actores de los distintos niveles del proceso de producción y distribución. Estos pueden incluir mecanismos de distribución selectiva por parte de los proveedores, que pueden privilegiar las ventas tradicionales sobre las ventas en línea.

Una segunda forma incluye las restricciones basadas en el precio, mediante las cuales un fabricante puede indicar implícita o explícitamente el precio al que los minoristas, del comercio tradicional o en línea, deben vender a los consumidores. Otras formas de restricciones verticales podrían incluir prohibiciones explícitas a las ventas en línea o a las ventas a través de mercados en línea (incluidas las plataformas en línea) o restricciones a la participación de los minoristas en los sitios web de comparación de precios.



Un segundo aspecto de las leyes antimonopolios es la posibilidad de que una empresa dominante adopte medidas unilaterales que ejerzan un poder de mercado sobre otros actores del mismo mercado. Una vez adquirida, esta posición dominante puede dar lugar a una conducta unilateral anticompetitiva. Entre los temas relacionados se incluyen las incertidumbres relativas a los límites del mercado, la función de los efectos de bloqueo (*dock-in effects*) y la función de los subsidios cruzados a partir de los efectos de red indirectos, todos ellos característicos de los mercados multilaterales.

Por su parte, en el documento CONPES 4012 de 2020 (DNP (b), 2020) se planteó que, en materia de mercados y competencia, existirá un gran espacio para revisar si la actual normativa y las herramientas que esta provee son suficientes para fomentar un entorno promotor de libre competencia económica que respete, simultáneamente, los derechos de los consumidores sin frenar la innovación. Por ello, es fundamental que la autoridad encargada de los asuntos de la competencia (en el caso colombiano la Superintendencia de Industria y Comercio) esté atenta a cualquiera de estas conductas que pueda adelantar un portal de acceso a compras o *Marketplace* mediante actos que atenten a la libre competencia.

5.5.7 Promover políticas ambientales soportadas en el comercio electrónico

A pesar de que se han llevado a cabo pocas investigaciones concluyentes sobre el impacto ambiental neto del comercio electrónico, es posible que el comercio electrónico reduzca el uso del transporte (y los efectos ambientales negativos asociados) a las tiendas físicas, así como disminuir la presión sobre las infraestructuras físicas asociadas con las mismas (por ejemplo, un menor consumo de electricidad). El aumento del comercio electrónico de productos intangibles, incluyendo los contenidos digitales como libros electrónicos, música y películas, también puede reducir los costos de producción en términos de recursos, ya que pueden copiarse a un costo marginal casi nulo.

Por otra parte, el aumento de las entregas a domicilio no se beneficia de los mismos efectos de escala que las compras profesionales a granel, lo que reduce la eficiencia del transporte y el embalaje. El sector de transportes es ya uno de los que más contribuye a las emisiones de gases de efecto invernadero. Los avances en la logística y asignación de ruta inteligentes pueden mitigar algunos de estos impactos. El aumento de la demanda y las expectativas de los consumidores con respecto a la entrega el mismo día y opciones similares también afectará la eficiencia del transporte.



Es necesario seguir investigando para comprender el impacto ambiental del comercio electrónico, el cual, debido al mayor uso de tecnologías digitales como las computadoras y los celulares, también conlleva costos en términos de uso de productos químicos, consumo de electricidad y reciclaje de desechos electrónicos.

Del mismo modo, a medida que el comercio electrónico evolucione y los dispositivos con conexión participen cada vez más en las transacciones de comercio electrónico, es probable que las repercusiones ambientales de dichos dispositivos también aumenten. Gracias a algunos estudios se descubrió que en 2017 se generaron 17 kg de desechos electrónicos por cada habitante de los países miembros de la OCDE, lo que equivale aproximadamente a 41 kg por cada 100,000 de dólares del PIB (OCDE (a), 2019).

Para el caso colombiano, se cuenta con una Política Nacional para la Gestión Integral de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) que permite estructurar la recolección y aprovechamiento de estos residuos incluidas las pilas o baterías usadas.

Este tema del manejo de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos está reglamentado en Colombia por la Ley 1672 de 2013 y por el Decreto 284 de 2018.

Según la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones, en 2017 Colombia reportó una tasa de 5.8 kg de RAEE por persona, ocupando el tercer lugar en la región después de Chile, con 8.7 kg y Brasil con 7.4 kg (CCIT, 2019).

Igualmente, señala la Cámara que de un computador se puede reciclar el 93% de sus componentes, de un teléfono móvil un 90% y de una impresora un 88%.

Respecto a los vehículos de transporte, requeridos para la logística en el comercio electrónico, la Ley 1972 de 2019 “establece medidas tendientes a la reducción de emisiones contaminantes al aire provenientes de fuentes móviles que circulen por el territorio nacional, haciendo énfasis en el material particulado, con el fin de resguardar la vida, la salud y goce de ambiente sano”.

Esta ley está destinada, especialmente, a regular las emisiones de gases de vehículos de transporte adoptado para el efecto la norma europea EURO VI, contenida en el Reglamento 715/2007 de la Unión Europea, cuyo objeto es establecer requisitos técnicos para la homologación de tipo de los vehículos de motor. A nivel reglamentario, respecto a las emisiones de gases contaminantes de vehículos automotores, el Ministerio de Transporte ha reglamentado el asunto mediante los Decretos 948 de 1995, 1076 de 2015 y 1552 de



2020, así como el Decreto 1298 de 1997, y sus decretos modificatorios, del Ministerio del Medio Ambiente.



6 Iniciativas legislativas en curso

En el curso de la legislatura 2020-2021 (julio de 2020 a junio de 2021) se presentaron los siguientes proyectos de ley en el Congreso de la República de Colombia, asociados al comercio electrónico, sin que ninguno de ellos se convirtiese en Ley de la República, siendo archivados.

- Proyecto de Ley 584 de 2021 – Cámara de Representantes, Por el cual se promueve la adopción de Plataformas de Resolución Electrónica de Controversias y se dictan otras disposiciones.
- Proyecto de Ley 242 de 2020 Cámara de Representantes, Por medio de la cual se regula el servicio público de transporte individual en vehículo particular intermediado por plataformas digitales.
- Proyecto de Ley 199 de 2020 Cámara de Representantes, Por el cual se reglamentan las Plataformas tecnológicas y se fijan los requisitos y condiciones que deben cumplir para la prestación del servicio público de transporte individual de pasajeros y se dictan otras disposiciones. Proyecto de ley acumulado con el proyecto de ley 242 de 2020 y con cuatro proyectos más de ley sobre el mismo asunto.
- Proyecto de Ley 021 de 2020 Cámara de Representantes, Por medio de la cual se establecen los lineamientos de política pública para el desarrollo, uso e implementación de Inteligencia Artificial y se dictan otras disposiciones.
- Proyecto de Ley 388 de 2020 Cámara de Representantes, Por la cual se establecen las condiciones de acceso a mecanismos de protección social a las personas que prestan servicios personales a través de plataformas digitales.
- Proyecto de Ley 498 de 2021 Senado, Por medio de la cual se regula la prestación del servicio de entretenimiento para adultos a través de portales web o plataformas digitales y se dictan otras disposiciones.
- Proyecto de Ley 339 de 2020 Senado, Por medio de la cual se expiden lineamientos en torno a la seguridad digital, se modifica la Ley 599 de 2000, y se dictan otras disposiciones.



- Proyecto de Ley 282 de 2020 Senado, Por medio de la cual se implementa el uso de medios tecnológicos para llevar a cabo los remates judiciales y se dictan otras disposiciones.
- Proyecto de Ley 246 de 2020 Senado, Por medio del cual se protege el trabajo en entornos digitales mediante la regulación de la contratación de colaboradores autónomos a través de plataformas digitales de economía colaborativa.
- Proyecto de Ley 221 de 2020 Senado, Por medio de la cual se establecen garantías sociales para las personas que generen ingresos mediante el uso de plataformas tecnológicas y se dictan otras disposiciones.

Los proyectos de ley, relacionados con el comercio electrónico, actualmente vigentes (legislaturas 2020-2021 y 2021-2022) son los siguientes:

6.1 Cámara de Representantes

Tabla 7. Proyecto de Ley 484 de 2020

Número del proyecto de ley Proyecto de ley 484 de 2020 – Cámara de Representantes (pendiente ponencia para segundo debate).
Título del proyecto de ley Por medio del cual se establece un impuesto territorial a las plataformas electrónicas o digitales y similares
Temas tratados <ul style="list-style-type: none">• Establecer un impuesto municipal y distrital que grave las actividades electrónicas o digitales y similares a nivel territorial tales como video, televisión, música, radio, videojuegos, llamadas de voz, mensajería, citas, almacenamiento en la nube, publicidad, servicios webcam, y cualquier otro medio o servicios de libre transmisión o actividad electrónica o digital y similares.



- Hecho generador: El impuesto sobre actividades digitales a nivel territorial se genera por la prestación en el país de servicios electrónicos o digitales y similares prestados desde el exterior o desde el territorio nacional.
- Tarifa: El impuesto será del 5% sobre el valor del pago. En el caso de los servicios electrónicos o digitales prestados desde el territorio nacional, la tarifa será del 2%.
- Recaudo: La DIAN recaudará este impuesto y lo girará a las entidades territoriales que corresponda según el domicilio principal del usuario que registre al momento de la suscripción del contrato, o en el documento de actualización.
- Retención: Las entidades emisoras de tarjetas crédito y débito, los vendedores de tarjetas prepago, los recaudadores de efectivo a cargo de terceros, y los demás que designe la DIAN, deberán realizar la retención del 100% del impuesto señalado en el momento del correspondiente pago o abono en cuenta a los prestadores de los siguientes servicios electrónicos o digitales y similares:
 - o Suministro de servicios audiovisuales (entre otros, de música, videos, webcam, películas y juegos de cualquier tipo, así como la radiodifusión de cualquier tipo de evento).
 - o Servicios prestados a través de plataformas digitales.
 - o Suministro de servicios de publicidad online.
 - o Suministro de enseñanza o entrenamiento a distancia.
 - o Suministro de derechos de uso o explotación de intangibles.
 - o Otros servicios electrónicos o digitales con destino a usuarios ubicados en Colombia

Fuente: Elaborado por la U.T. TelBroad-Interlat a partir del documento de la Cámara de Representantes (Cámara de Representantes, 2021)



Tabla 8. Proyecto de Ley 399 de 2020

Número del proyecto de ley
Proyecto de ley 399 de 2020 – Cámara de Representantes y 385 de 2021 – Senado (pendiente ponencia para último debate en Senado).
Título del proyecto de ley
Por medio del cual se modifica parcialmente la Ley 915 de 2004, se regula el comercio electrónico “e-commerce” en el Departamento de San Andrés, Providencia y Santa Catalina y se dictan otras disposiciones
Temas tratados
<p>Ratifica como Puerto Libre, toda el área del departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 310 de la Constitución Nacional. Al territorio del Puerto Libre de San Andrés, Providencia y Santa Catalina podrán introducirse toda clase de mercancías, bienes y servicios extranjeros, excepto armas, estupefacientes, mercancías prohibidas por convenios internacionales a los que haya adherido o se adhiera Colombia y, finalmente, los productos precursores de estupefacientes y las drogas y estupefacientes no autorizados por la autoridad competente.</p> <p>Los comerciantes, debidamente establecidos en el departamento Archipiélago, podrán vender <i>mediante la utilización de plataformas electrónicas</i> mercancías a personas domiciliadas en el resto del territorio aduanero nacional. Estas mercancías podrán ingresar al resto del territorio aduanero nacional vía tráfico postal como carga, o por cualquier otro sistema de transporte mediante la presentación de la factura de compra electrónica, en cantidades no comerciales.</p> <p>No se considerará fraccionamiento de unidades de carga, cuando un comerciante del Departamento Archipiélago venda y envíe el mismo día vía tráfico postal mercancías a diferentes compradores mediante distintas guías aéreas o marítimas.</p>

Fuente: Elaborado por la U.T. TelBroad-Interlat a partir del documento de la Cámara de Representantes (Cámara de Representantes, 2021)



Tabla 9. Proyecto de Ley 325 de 2020

Número del proyecto de ley Proyecto de ley 325 de 2020 Cámara de Representantes (pendiente ponencia para segundo debate)
Título del proyecto de ley Por la cual se modifica y se le da el carácter de legislación permanente al artículo 2 del Decreto Legislativo No. 540 de 2020 del Presidente de la República, expedido en el marco del estado de excepción de emergencia económica, social y ecológica.
Temas tratados Los servicios de conexión y acceso a voz e Internet móviles cuyo valor no supere dos (2) Unidades de Valor Tributario – UVT, estarán exentos del impuesto sobre las ventas. La exención debe reflejarse en la facturación al usuario.

Fuente: Elaborado por la U.T. TelBroad-Interlat a partir del documento de la Cámara de Representantes (Cámara de Representantes, 2021)

Tabla 10. Proyecto de Ley 197 de 2020

Número del proyecto de ley Proyecto de ley 197 de 2020 Cámara de Representantes (con ponencia para segundo debate)
Título del proyecto de ley Por medio de la cual se promueve la innovación en Colombia
Temas tratados



Define a *FinTECH* como “Según la asociación Colombia Fintech, el término Fintech se refiere a nuevos modelos de negocio que se apalancan de la tecnología (TIC) para transformar procesos, productos y servicios de la actividad financiera tradicional, como créditos online, plataformas de pago digitales y banca y crédito digital, entre otros”.

Dentro de los doce (12) meses siguientes a la expedición de la presente Ley, el Gobierno Nacional reglamentará las iniciativas que usan la tecnología para crear soluciones financieras (Fintech) como créditos online, plataformas de pago digitales y banca digital, entre otros.

Créase el Índice de Innovación de Estatal. Dicho índice, deberá establecer el nivel de innovación de todas las entidades públicas del orden nacional en sus servicios, procesos, métodos organizativos y demás prácticas internas.

El Departamento Nacional de Planeación, en conjunto con el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, será el responsable de establecer los parámetros de dicho índice. El mismo, deberá ser realizado, administrado y actualizado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

Fuente: Elaborado por la U.T. TelBroad-Interlat a partir del documento de la Cámara de Representantes (Cámara de Representantes, 2021)

Tabla 11. Proyecto de Ley 139 de 2021

Número del proyecto de ley
Proyecto de ley 139 de 2021 Cámara de Representantes (pendiente ponencia de primer debate)
Título del proyecto de ley
Por la cual se regulan los Servicios de Intercambio de Criptoactivos ofrecidos a través de las Plataformas de Intercambio de Criptoactivos
Temas tratados



La presente ley tiene por objeto definir los aspectos generales de la operación y funcionamiento de los Prestadores de Servicios de Intercambio de Criptoactivos en el territorio colombiano a través de las Plataformas de Intercambio de Criptoactivos (PIC).

Criptoactivo: Son activos virtuales con susceptibilidad de ser usados como medio de intercambio de bienes y servicios. No son considerados como moneda de curso legal, ni divisas, ni títulos representativos de moneda de curso legal.

Plataforma de Intercambio de Criptoactivos (PIC): Son aplicaciones o interfaces informáticas, páginas de Internet o cualquier otro medio de comunicación electrónica o digital a través de las cuales se brindan los Servicios de Intercambio de Criptoactivos.

Prestador de Servicios de Intercambio de Criptoactivos: Es una persona jurídica nacional o una sucursal de sociedad extranjera, encargada de operar, administrar y garantizar el funcionamiento de la PIC, efectuar el registro ante la Cámara de Comercio de su domicilio principal y responsable del cumplimiento de las obligaciones contenidas en la presente Ley.

Registro Único de Plataformas de Intercambio de Criptoactivos (RUPIC): Es un registro público electrónico administrado por las Cámaras de Comercio cuyo objetivo es permitir que cualquier persona pueda acceder a la información que se encuentre publicada en dicho registro, y verificar que los Prestadores de Servicios de Intercambio de Criptoactivos como titulares se encuentren debidamente registrados.

Los criptoactivos son negociables directamente por sus propietarios. El funcionamiento de los distintos criptoactivos, sus reglas, valores y demás aspectos propios de los criptoactivos no son parte del alcance y objetivos de la presente Ley, y pertenecen al ámbito privado de los usuarios, que, basándose en principios de libre mercado y de libre competencia, deben procurar por informarse de los riesgos inherentes a la negociación con activos de cualquier clase.

Fuente: Elaborado por la U.T. TelBroad-Interlat a partir del documento de la Cámara de Representantes (Cámara de Representantes, 2021)



Tabla 12. Proyecto de Acto Legislativo 052 de 2021

Número del proyecto de Acto Legislativo Proyecto de Acto Legislativo 052 de 2021 Cámara de Representantes (pendiente ponencia para primer debate – para reforma constitucional)
Título del proyecto de Acto Legislativo (reformatorio de la Constitución Política) Por medio del cual se establece el Internet como derecho fundamental
Temas tratados Se modifica el artículo 20 de la Constitución Política, el cual quedará así: 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 de comunicación masiva. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura. Se garantiza el derecho al acceso, la conectividad y la cobertura a Internet a todos los habitantes del territorio nacional. El Estado proporcionará los mecanismos efectivos para satisfacer este derecho, con especial énfasis a la población rural y un mínimo vital para la población de menores ingresos.

Fuente: Elaborado por la U.T. TelBroad-Interlat a partir del documento de la Cámara de Representantes (Cámara de Representantes, 2021)

Tabla 13. Proyecto de Ley 049 de 2021

Número del proyecto de ley Proyecto de Ley 049 de 2021 Cámara de Representantes (pendiente ponencia para primer debate)
Título del proyecto de ley



Por medio del cual se regulan las ocupaciones y profesiones del sector belleza

Temas tratados

La presente ley reglamenta las ocupaciones y profesiones del sector belleza. Determina su naturaleza, propósito, campo de aplicación, principios, cualificación, acreditación y señalará los entes rectores de organización, control y vigilancia.

Esta ley se aplicará a las ocupaciones y profesiones del sector belleza y a las actividades holísticas de embellecimiento corporal, capilar, facial y anexos de la piel; será aplicable en todo el territorio nacional y a todas aquellas personas, naturales y jurídicas, que desarrollen las ocupaciones y profesiones comprendidas en la presente ley.

El sector belleza implementará procesos de apropiación en ciencia, innovación, actualización y avances tecnológicos en sus diferentes campos de acción y aplicación, así como en sus áreas de conocimiento para la prestación del servicio en procura de lograr una ejecución adecuada y generar valor agregado. Se regirá por el marco legal colombiano y el órgano rector dispuesto para su vigilancia y control.

El Sector Belleza se rige por criterios bioéticos y humanísticos, de salud e imagen personal, que deben desarrollarse en establecimientos de comercio o por prestadores de servicios a domicilio debidamente inscritos en alguna aplicación o plataforma legalmente autorizados para ese fin y con personas cualificadas.

El gobierno nacional en cabeza del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el apoyo del Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA en articulación con los empresarios del sector y la academia establecerán alianzas para la cualificación del talento humano en el país con un enfoque integral de apoyo al emprendimiento y al desarrollo empresarial.

Con esta ley se ordena crear el Consejo Nacional del Sector Belleza, entidad de naturaleza privada, con funciones públicas delegadas.

Como finalidad, esta ley busca alcanzar, regular y determinar los roles determinados de las personas que ejercen las actividades de belleza, cosmetología, estética y demás oficios afines; hasta el punto de emitir normas encaminadas a lograr un régimen sancionatorio cuando el ejercicio de la actividad viole los principios determinados en la misma ley.



Fuente: Elaborado por la U.T. TelBroad-Interlat a partir del documento de la Cámara de Representantes (Cámara de Representantes, 2021)

Tabla 14. Proyecto de Ley 05 de 2021

Número del proyecto de ley
Proyecto de Ley 05 de 2021 Cámara de Representantes (pendiente ´ponencia para primer debate)
Título del proyecto de ley
Por medio del cual se promueve generación de empleo, formalización, competitividad y defensa del usuario en el transporte público individual de pasajeros.
Temas tratados
<p>Esta Ley tiene por objeto apoyar al sector del transporte colombiano en su proceso de formalización y competitividad invirtiendo esfuerzos en cambios necesarios para reducir los costos asociados a la operación y mejorar la calidad del servicio para los usuarios y conductores.</p> <p>Se considera que la presente ley actúa en el desarrollo de ayudar a promover y reconocer el trabajo que realizan los taxistas y las personas que conducen vehículos de transporte público terrestre. Hay que exaltar las labores que realizan estas personas, promocionando su trabajo e incentivando a los colombianos a que realicen el uso de los servicios que prestan estos vehículos y apoyando al Gobierno Nacional para que se lleva a cabo cambios de modernización necesarios en el sector, cambios que permitan que este oficio sea más reconocido, valorado, usado y recordado. De igual manera es importante resaltar, que la presente Ley quiere proteger el derecho al trabajo tal y como lo dispone La Constitución Política de 1991, en su artículo 25:</p> <p>“El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas.”</p> <p>En el Proyecto de Ley se determina como autoridades de transporte competentes en la categoría de servicio público de transporte terrestre automotor individual de pasajeros</p>



colaborativo, intermediado por plataformas tecnológicas, según su competencia, las siguientes:

- a) En la Jurisdicción Distrital y Municipal: los Alcaldes Municipales y/o Distritales o los organismos en quien estos deleguen tal atribución.
- b) En la Jurisdicción del Área Metropolitana constituida de conformidad con la Ley: La Autoridad de Transporte Metropolitana.
- c) En la Jurisdicción Nacional: El Ministerio de Transporte.

Las autoridades de tránsito podrán identificar a las personas naturales legalmente constituidas como autorizadas para prestar el servicio público de transporte terrestre automotor individual de pasajeros colaborativo, intermediado por plataformas tecnológicas, verificando que se encuentren satisfactoriamente inscritos ante el Registro Único Nacional de Tránsito (RUNT).

La Superintendencia de Transporte será la entidad encargada de ejercer la supervisión, esto es vigilancia, inspección y control, respecto de los operadores de plataformas tecnológicas intermediadoras del servicio público de transporte terrestre automotor individual de pasajeros colaborativo a las que se refiere la presente Ley. Parágrafo. De conformidad con el artículo 19 de la Ley Estatutaria 1581 de 2012, la Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá la vigilancia para garantizar que en el tratamiento de datos personales se respeten los principios, derechos, garantías y procedimientos previstos en dicha ley.

Se autoriza la creación de Empresa de servicio público de transporte terrestre automotor individual de pasajeros colaborativo e intermediado por plataformas tecnológicas (empresa SPT): Se entiende por empresa SPT aquella persona natural o jurídica constituida legalmente bajo la normatividad colombiana con permiso emitido por la autoridad competente en esta categoría de servicio público de transporte quien emplea vehículo público o particular registrado para tal fin, para efectuar el traslado de personas de un lugar a otro. b) Operador de la Plataforma Tecnológica: Toda empresa, persona natural o jurídica, que administre, opere, promocióne o represente un conjunto de elementos tecnológicos que conforman un sistema y opera como intermediario, conectando al usuario del servicio de movilidad colaborativa en vehículo particular con conductores y vehículos legalmente autorizados para prestarlo. c) Plataforma tecnológica



de intermediación: Son aplicaciones o interfaces informáticas, páginas de Internet o cualquier otro medio de comunicación análoga, electrónica o digital a través de las cuales se genere el servicio de intermediación para alcanzar la prestación del servicio de movilidad colaborativa. d) Servicio público de transporte terrestre automotor individual de pasajeros colaborativo e intermediado por plataformas tecnológicas (SPT): Es aquel que se presta bajo la intermediación de una empresa de movilidad colaborativa en vehículo particular debidamente registrada, a través de la celebración de un (1) contrato por la capacidad total de pasajeros del vehículo, donde la empresa, previa solicitud del servicio por parte del usuario a través de una plataforma tecnológica, se obliga con el usuario a cambio de un precio, a conducirlo desde el lugar donde este solicita iniciar el servicio hasta el lugar o sitio de destino indicado, sin sujeción a rutas ni horarios, en el que el recorrido será establecido libremente por las partes contratantes. e) Servicio público de transporte terrestre automotor individual de pasajeros colaborativo e intermediado por plataformas tecnológicas en servicio compartido (SPT compartido). Es aquel que se presta bajo la responsabilidad de una empresa de movilidad colaborativa en vehículo particular, intermediado por plataformas tecnológicas debidamente registrada, en aquel servicio de carácter compartido, esto es, aquellos en que existe una ruta o trazado preestablecido y dentro de un mismo viaje se recoge a distintos usuarios sin relación entre sí. f) Vehículo particular. Es el vehículo automotor matriculado como vehículo de servicio particular conforme a lo establecido en la Ley 769 de 2002, la que la modifique, adicione o sustituya; al que previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en la presente Ley, la autoridad competente de transporte le concede registro, por solicitud de la empresa habilitada, para ser utilizado en la prestación del servicio público de transporte terrestre automotor individual de pasajeros colaborativo, intermediado por plataformas tecnológicas.

Fuente: Elaborado por la U.T. TelBroad-Interlat a partir del documento de la Cámara de Representantes (Cámara de Representantes, 2021)

6.2 Senado de la República

Tabla 15. Proyecto de Ley 284 de 2020

Número del proyecto de ley

Proyecto de ley 284 de 2020 – Senado (pendiente ponencia para segundo debate).



Título del proyecto de ley

Por medio de la cual se establecen garantías de protección en favor del consumidor de comercio electrónico y se dictan otras disposiciones

Temas tratados

- Derecho de retracto en caso de mora en la entrega de productos.
- Ejercicio del derecho de retracto a través de medios virtuales.
- Obligación de los proveedores de informar claramente las características del producto a vender y las vías para ejercer el derecho de retracto.
- Derecho del consumidor a solicitar la reversión de los pagos electrónicos cuando ejercite el derecho de retracto o por fraudes a sus tarjetas de crédito. La reversión se deberá hacer en 5 días hábiles.
- Obligación de los proveedores de crear canales sincrónicos y en tiempo real de atención para el comercio electrónico.
- Obligación del Ministerio de Comercio de reglamentar, con carácter diferencia, las operaciones mercantiles de bienes y servicios ofrecidos por plataformas o redes sociales.

Fuente: Elaboración U.T. TelBroad-Interlat a partir del documento del Senado de la República (Senado de la República de Colombia, 2021)

Tabla 16. Proyecto de Ley 056 de 2021

Número del proyecto de ley

Proyecto de Ley 056 de 2021 Senado (pendiente ponencia para primer debate)

Título del proyecto de ley

La presente ley tiene por objeto brindar disposiciones y establecer un marco normativo para la prestación del servicio de comercio electrónico para adultos a través del sistema



webcam, y de esta manera cumplir con lo establecido en el artículo 73 de la Ley 2010 de 2019 que ordena la reglamentación del sector mediante ley.

Temas tratados

Servicio de entretenimiento para adultos a través de portales web o plataformas digitales, como un medio de entretenimiento realizado por personas mayores de edad, para personas mayores de edad mediante el cual se exportan servicios con contenido en imagen y sonido humano de clasificación apto para mayores de 18 años que se realiza exclusivamente utilizando Internet.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, tendrá al servicio un Centro Estratégico de Monitoreo de Actividades Digitales – CEMAD, es un sistema tecnológico que cuenta con monitoreo, vigilancia, control a la operación y establecimiento de reglamentos y estándares dirigido al contenido categorizado para adultos dispuesto u ofertado a través de plataformas digitales e Internet en sus diferentes modalidades, los cuales son reconocidos como una actividad económica regulada por la legislación colombiana y lo estatutos internacionales aplicables.

El CEMAD actúa sobre establecimientos comerciales que realicen actividades relacionadas con la comercialización de shows en vivo, streaming, contenido a través de Webcam, aplicaciones web y móviles a nivel nacional e internacional y en general toda la actividad de contenido para adultos producida a nivel nacional o que sea distribuida en Colombia.

Fuente: Elaboración U.T. TelBroad-Interlat a partir del documento del Senado de la República (Senado de la República de Colombia, 2021)

Tabla 17. Proyecto de Ley 075 de 2021

Número del proyecto de ley
Proyecto de Ley 075 de 2021 Senado (pendiente ponencia para primer debate)
Título del proyecto de ley



Por medio de la cual se regula la contratación de personas y aportes a la seguridad social en las plataformas digitales y se dictan otras disposiciones.

Temas tratados

La presente ley tiene por objeto regular la contratación entre las Empresas de Intermediación Digital, plataformas y los contratistas colaboradores para la prestación de los servicios ofrecidos por las plataformas.

El contrato que celebre la plataforma digital con los proveedores de servicios o bienes ofrecidos para ser comercializados se registrará por las normas comerciales. El contrato que celebre la plataforma digital con el contratista colaborador será de naturaleza civil y deberá constar en un documento físico o digital.

Las empresas de intermediación digital se ceñirán por las siguientes actuaciones, sin perjuicio de otras que no estén contempladas en la presente ley: i) no podrá asignar de forma obligatoria un cliente al Contratista colaborador, quien podrá decidir si acepta o niega proveer un servicio a un determinado cliente o usuario; la Empresa de Intermediación Digital no podrá limitar el acceso a la oferta a los contratistas colaboradores con base en el número de servicios realizados, mediante el uso de algoritmos, imposiciones de reglamentos o cualquier otra medida; ii) no podrá ejercer control sobre la forma como un contratista colaborador realiza la prestación del servicio, sin perjuicio de los estándares mínimos de calidad del servicio establecidos previamente por las Empresas de Intermediación Digital; iii) podrá establecer requisitos mínimos para vincular a los contratistas colaboradores elegibles para utilizar su aplicación; iv) Las Empresas de Intermediación Digital no podrán desconectar de sus plataformas a los contratistas colaboradores, sin haber agotado un procedimiento ceñido a las reglas del debido proceso.

Para efectos de la validez del contrato se exigirá que el colaborador contratista esté afiliado al Sistema General de Pensiones, Sistema General de Seguridad Social en Salud y al Sistema de Riesgos Laborales. La base de cotización para los aportes del contratista colaborador al Sistema de Seguridad Social Integral referido en el inciso anterior será el 40% del total de los ingresos pagados por la plataforma o Empresa de Intermediación Digital al contratista colaborador. La plataforma aportará el 75% de la cotización total y



el contratista colaborador pagará el 25% restante. Los aportes al Sistema de Riesgos Laborales serán asumidos en su totalidad por la plataforma.

El incumplimiento de las formalidades y requisitos exigidos en esta ley respecto de las cotizaciones y aportes al Sistema De Seguridad Social Integral generará solidaridad de la Plataforma frente al contratista colaborador ante un eventual siniestro o afectación de la salud con ocasión de la prestación del servicio.

Fuente: Elaboración U.T. TelBroad-Interlat a partir del documento del Senado de la República (Senado de la República de Colombia, 2021)

Como se puede ver, son varios los temas asociados al comercio electrónico que el Congreso de la República intentó tramitar en la legislatura 2020-2021, algunos de los cuales aún continúan su trámite en el Congreso. Igualmente, se han presentado nuevos proyectos de ley en la presente legislatura (2021-2022) asociados al comercio electrónico. Sin embargo, ninguno de los proyectos de ley en curso apunta directamente a promover el comercio electrónico en Colombia de manera general, sino a promover actividades en particular asociadas al comercio electrónico.



7 Obstáculos al comercio electrónico

Los obstáculos al desarrollo del comercio electrónico contienen una serie de elementos diferentes y variados que es necesario analizar para plantear estrategias que faciliten su remoción y con las cuales se logre la expansión del comercio electrónico. En ese sentido, los principales obstáculos al comercio electrónico en Colombia están asociados a factores económicos, socioculturales, tecnológicos, logísticos y normativos que impiden una real masificación de este tipo de comercio en el país.

Para identificar estos obstáculos al comercio electrónico se toma como referencia, entre otros, los siguientes estudios:

- “El comercio electrónico en Colombia” (CRC (a), 2017).
- “Estudio sobre las barreras al comercio electrónico en la Alianza del Pacífico -análisis de medios de pago” (AMI, 2019).
- “Estudio sobre las barreras al comercio electrónico en la Alianza del Pacífico Análisis área Logística Colombia” (AMI (a), 2019).
- “Prospectiva para el comercio electrónico en Colombia” (Araujo Ibarra Consultores Internacionales, 2019).

La presente sección finaliza con el análisis sobre la pertinencia actual de esos obstáculos, presentando si se han expedido normas para eliminarlos.

7.1 Obstáculos al comercio electrónico identificados por la CRC

La CRC en el estudio citado encontró las siguientes barreras al comercio electrónico.

7.1.1 Barreras socioculturales

- Alto impacto de los actos criminales y fraudulentos en medios digitales sobre la población colombiana. Hace referencia a delitos cibernéticos como la clonación de tarjetas de crédito, así como el hurto por medios informáticos o vulneración de datos personales que causan que las personas sean reticentes al uso del comercio electrónico.



- La compra en puntos de venta presenciales en muchos casos es preferida sobre el comercio electrónico. Se prefiere la visita a centros comerciales, por temas de ocio colectivo, variedad de tiendas, cercanía, entre otros.
- Alto grado de navegación en Internet sin realizar compras en la red, siendo elevado el porcentaje de internautas que abandonan la red sin finalizar el proceso de compra. Se prefiere consultar por Internet, pero comprar en tiendas físicas.

7.1.2 Barreras Cognitivas

- Amplia brecha digital de uso en la sociedad colombiana por motivos de desconocimiento y de falta de alfabetización digital relacionada con el comercio electrónico, tanto por parte de los consumidores como de las MiPymes. Solo el 26,6% de los encuestados afirmó ser usuario del comercio electrónico. Las principales actividades realizadas en Internet son las interacciones bancarias con un 28% de los entrevistados, compras en línea con un 17% y solicitud de servicios por Internet con un 16.2%.

De los entrevistados, el 49.8% no es usuario del comercio electrónico, a pesar de tener acceso a Internet.

- Los principales sectores en los cuales las MiPymes tienen baja presencia son aquellos en los que se consumen más productos y servicios mediante comercio electrónico. Poca presencia de las MiPymes en la red.

Las compras realizadas por los consumidores son principalmente en tiquetes aéreos y en tiendas de moda, con un 27.4% en cada uno de estos segmentos, es decir, en los sectores con menor presencia de MiPymes es donde hay mayor porcentaje de compras en línea. Igualmente, el estudio de la CRC afirma que solo el 30% del comercio minorista tiene presencia en la web.

- Amplia brecha digital en cuanto a la calidad de uso de las nuevas tecnologías que tiene impacto sobre el comercio electrónico por parte de algunos actores en Colombia. Falta de conocimiento y poca habilidad en el manejo de las soluciones de compra y venta por medios electrónicos por parte de los actores implicados.



Se refiere a las capacidades de las personas de utilizar las herramientas que ofrece Internet y las nuevas tecnologías, es decir, la diferencia entre las personas que hacen o no uso de las tecnologías.

El estudio cuantitativo de la CRC señala las actividades realizadas por usuarios de comercio electrónico son: 87.6% para búsqueda de información, el 78.3% para consulta de redes sociales, el 71.7% para consulta de correos electrónicos, el 47.5% para descarga de música y videos y el 27% para juegos en línea.

7.1.3 Barreras económicas y tecnológicas

1. Amplia brecha digital de acceso en la sociedad colombiana por motivos de conectividad y económicos.

La brecha digital de acceso se refiere a que las personas que tienen acceso a las nuevas tecnologías tienen una ventaja sobre las personas que no tienen acceso a los servicios de Internet, lo cual limita el desarrollo de actividades relacionadas con comercio electrónico. Esta barrera trae los siguientes aspectos de falta de conectividad o económicos, así:

- a. Reto en aumentar la conectividad de una parte de la población tanto de banda ancha fija como de banda ancha móvil.
 - b. Planes de datos móviles no asequibles a nivel económico para una parte de la población.
 - c. Dificultad de acceso a la compra de dispositivos móviles y otras tipologías de hardware por una parte importante de la población.
2. Bajo nivel de bancarización, con un grado moderado de penetración de tarjetas de crédito y débito.

El 4.8% de los encuestados manifestó no tener tarjeta de crédito o cuenta bancaria para hacer operaciones de comercio electrónico. El 36.9% de los encuestados hizo compras por Internet con tarjetas de crédito, mientras que un 75.1% utilizaron otros medios de pago, lo cual significa que, con una diferencia de casi el doble, tenemos medios como pagos contra entrega, PSE o pagos en puntos físicos.



3. Retenciones e impuestos a transacciones financieras y a los micro pagos que dificulta la realización de transacciones de comercio electrónico.

Uno de los limitantes para hacer compras por Internet es el impuesto del 4xmil que se debe pagar por transacciones electrónicas, lo cual es representativo para los micro pagos que deben asumir especialmente las empresas. Igualmente, el alto plazo de reversión de transacciones ya sea por fraude o porque el usuario decida no comprar el producto, es una limitante para hacer compras por Internet.

4. El ecosistema de emprendimiento nacional no está focalizado en proyectos relacionados con el comercio electrónico.

Se identifica como barrera el hecho que no se tenga apoyo sistemático y en todas las etapas del emprendimiento en diferentes aspectos como la definición del modelo de negocio, legales, contables, de organización, de validación de necesidades y pertinencia del producto con el mercado objetivo, y el financiero, especialmente en etapa temprana, ya que para tener una base importante de emprendimientos en etapa madura se requiere una base en etapa temprana de aproximadamente diez veces más debido a las tasas de supervivencia del emprendimiento, donde de cada diez emprendimientos creados sobrevive uno, haciendo el apoyo en esta etapa crítica para el éxito de los emprendimientos a futuro y por lo tanto el impacto en el sector.

5. Poca flexibilidad por parte de algunos comerciantes en las modalidades de pago facilitadas para la compra de sus productos o servicios.

El estudio señala que el 36.9% de las personas que acceden al comercio electrónico realizan sus pagos con tarjetas de crédito, en tanto que el 43.2% hace los pagos contra entrega de los productos o en punto físico de pago, como en los bancos. El 15.3% de los encuestados manifestó no hacer uso del comercio electrónico, al no contar con tarjeta de crédito. Igualmente, los encuestados manifestaron que el tiempo de devoluciones por compras en Internet es elevado (30 días).

Por su parte, el comercio encuestado en el estudio encontró tres limitantes que pueden afectar al comercio electrónico por parte de MiPymes:

1. Las pasarelas de pago pueden, en algunos casos, dificultar el despliegue de empresas entrantes al comercio electrónico, pues existen variados y engorrosos



trámites para que las MiPymes sean parte del sistema financiero y, de otra parte, para los comerciantes no es sencillo entender el funcionamiento tecnológico de las pasarelas de pago y sus constantes actualizaciones.

2. Existencia de retenciones e impuestos a los micro pagos, que dificulta que las pasarelas de pago y los comerciantes minoristas procesen pagos de bajo valor, así como la falta de información al consumidor – comerciante sobre los impuestos y costos asociados.

Las retenciones a los pagos de bajo valor (señala el estudio que en Estados Unidos es bajo el valor por compras por debajo de los 10 USD) implican el 4.3% del valor de compra (entre IVA, ICA y retención en la fuente), lo cual impacta el ingreso del comerciante que, generalmente desconoce estos impuestos a las transacciones digitales.

3. Falta de incentivos para pagos con tarjetas de crédito a raíz de las estrategias del Banco de la República y la DIAN.

Señala el estudio que, dos hechos importantes que funcionan como inhibidores son el aumento de la tasa de usura, ya que la tasa se ha situado en los últimos tiempos a un nivel del 32% para crédito de consumo y ordinario, lo cual tiene una relación directamente proporcional con el monto que se debe pagar por intereses, y la eliminación de incentivos tributarios como los dos puntos del IVA por compra, que fomentaban pagos mediante tarjetas de débito y crédito.

Esto conlleva a que las personas sean más reticentes a realizar compras por este medio de pago, puesto que el valor se incrementará notoriamente a causa de los intereses, lo cual afecta el comercio electrónico en general.

4. Poco desarrollo de la infraestructura física (carreteras, puertos, ríos y aeropuertos) y la industria logística del país: Es importante recordar la importancia del eslabón logístico en la cadena de valor y tener en cuenta que varias de las barreras presentadas a continuación afectan tanto al comercio tradicional como al comercio electrónico, así:
 - a. Incumplimiento de los plazos de promesa de entrega.
 - b. Deficiente estado de la infraestructura física de transporte del país.



- c. Deficiencias en la infraestructura logística en los operadores: Se refiere a la falta de integración de los operadores logísticos con las empresas de comercio electrónico, lo cual puede afectar la experiencia de usuario
 - d. Poca flexibilidad de los operadores logísticos en sus procesos operacionales de manejo de los paquetes: Se refiere a la poca flexibilidad en los horarios de muchas empresas logísticas.
 - e. Inconvenientes asociados a la logística de compra en el comercio electrónico: Se refiere a los costos asociados al envío y devolución de productos comprados en línea
 - f. Baja apropiación y conocimiento del código postal por parte de la ciudadanía y las empresas.
5. Gran cantidad de requisitos documentales y monetarios para el comercio electrónico transfronterizo, pues para la importación o exportación de un producto es necesario adelantar, al menos, 10 tramites, muchas veces ante diferentes entidades del Estado.

Lo anterior, a pesar de la implementación de la Ventanilla única de Comercio Exterior (VUCE) y MUISCA, pues el comercio transfronterizo requiere elevadas cantidades de tiempo y dinero para el cumplimiento de las regulaciones y normatividad en comercio internacional.

6. Impactos negativos de la devaluación del peso colombiano sobre los costos de productos importados y el consumo en portales de comercio electrónico internacionales, pues las compras en el exterior se realizan en dólares o euros, lo cual encarece los costos para el consumidor por la pérdida de poder adquisitivo del peso colombiano frente a esas monedas.
7. Coordinación mejorable entre las distintas entidades gubernamentales del país para una mayor facilitación del comercio electrónico.

Se refiere a la falta de coordinación entre entidades públicas dedicadas a competencias digitales y de comercio electrónico, lo cual provoca desaceleración en los avances del sector.



7.1.4 Barreras regulatorias

1. Normas jurídicas legadas⁵ que no se corresponden con el actual entorno digital, como es el caso de las plataformas de dos lados y de economía colaborativa, y tienen como efecto prohibir o restringir la comercialización electrónica de bienes o servicios, o encarecer su prestación, citando el estudio el caso de UBER y de *Airbnb*, en donde, a pesar de no existir norma alguna que prohíba este tipo de plataformas, las autoridades han restringido el uso de las mismas, basándose en normatividad existente (normas legadas) que exigen permisos especiales para poder prestar el servicio de transporte o servicios de alojamiento (CRC (a), 2017)⁶.

Los casos anteriores demuestran que los obstáculos al comercio electrónico en el marco de la economía digital se encuentran, bien por la existencia de normas jurídicas legadas o preexistentes que no reconocen el nuevo entorno digital y afectan la operación de la plataforma (caso del transporte), como por la aplicación de normas jurídicas legadas que, no obstante ser neutras frente al mismo, son aplicadas o invocadas de la manera que precisamente lo coartan (caso del turismo).

⁵ Hace referencia a normas jurídicas preexistentes al estudio de 2017.

⁶ El estudio de la CRC en concreto señala las siguientes normas: Resolución 18417 de 2015 de la Superintendencia de Transporte y Puertos, por la cual se multó a UBER Colombia S.A.S. “*por facilitar la prestación, por parte de los conductores vinculados con Uber, de un servicio de transporte que la autoridad considera ilegal a la luz de las Leyes 105 de 1993 y 336 de 1996*”. Igualmente, el estudio cita el Decreto 2297 de 2015, “*mediante el cual reglamenta la habilitación de las empresas de Transporte Público Terrestre Automotor Individual de Pasajeros en los niveles básico y de lujo, que define este último como que aquel que ofrece a los usuarios condiciones de comodidad, accesibilidad y operación superiores al nivel básico, y se caracteriza por ofrecer sus servicios utilizando únicamente medios tecnológicos con plataformas para la oportuna y eficiente atención a los usuarios, utilizando exclusivamente medios electrónicos para el pago*”. También señala el estudio que “*el Ministerio de Transporte reiteró, a través de Circular 20164100264971 del 14 de junio de 2016, su apoyo a la implementación de operativos y controles en vía con sanciones para todos los sujetos de sanción establecidos en el artículo 9 de la Ley 105 de 1993, que quebranten o faciliten la violación de las normas vigentes para la prestación del servicio de transporte individual de pasajeros, incluyendo aquellos servicios que utilizan plataformas tecnológicas que no están habilitadas para la prestación del servicio público individual de transporte*”.



2. Normas jurídicas que tienen como efecto restringir o desincentivar la comercialización electrónica de servicios financieros por parte de las sociedades especializadas en depósitos y pagos electrónicos SEDPE.

Las SEDPE se han visto desincentivadas a constituirse legalmente en el país, por cuanto la Ley 1735 de 2014, exige un capital mínimo cercano a los seis mil millones de pesos para constituirse en el país, así como la limitación a mantener por parte de los usuarios un saldo máximo en depósitos electrónicos en 3 SMMLV.

3. Normas específicas en materia cambiaria y aduaneras que tienen por objeto o como efecto impedir o restringir el pago online de un bien o servicio adquirido en Internet.

Las Directivas del Banco de la República no autorizan como mecanismo de canalización las divisas que se adquieren para el cumplimiento de los pagos de la importación o que se reciben como pago de las exportaciones y se transfieran por medio de las pasarelas de pago, razón por la cual esos pagos se deben canalizar a través de los intermediarios del mercado cambiario o de cuentas de compensación.

También señala el estudio que la Circular Externa DCIN 83 del Banco de la República establece cualquier colombiano que importe un producto (como sería la compra de bienes por comercio electrónico) y realice el pago a través de medios locales canalizados por las pasarelas de pago (efectivo, pagos seguros en línea PSE o depósitos electrónicos u otros) debe diligenciar y presentar directamente la declaración de cambio por importación de bienes (Formulario No. 1 de la Circular), sin que las pasarelas de pago puedan actuar como agentes o intermediarios para esa declaración, lo cual es un desincentivo al comercio electrónico.

4. La inexistencia de un régimen normativo que regule las condiciones de “*crowdfunding*”, también llamado “cooperación colectiva” o “micro mecenazgo”, como actividades de financiación colectiva. Se requiere que este tipo de actividades de financiación de emprendimientos, en ocasiones esenciales para proyectos de innovación tecnológica, estén autorizados en Colombia.
5. La inexistencia de una Ley que regule y sujete a la jurisdicción colombiana o incluya dentro del ámbito de aplicación de esta a los Responsables o Encargados del tratamiento a las personas naturales o jurídicas no domiciliadas en Colombia, que



recolecten y traten datos personales dentro del territorio nacional a través de Internet, genera desconfianza en los consumidores del comercio electrónico.

Lo anterior a pesar de que el artículo 21 de la Ley 1581 de 2012 autoriza a la SIC a *“Requerir la colaboración de entidades internacionales o extranjeras cuando se afecten los derechos de los Titulares fuera del territorio colombiano con ocasión, entre otras, de la recolección internacional de datos personajes;”* (Literal J).

7.2 Obstáculos al comercio electrónico identificados por el BID

A conclusiones similares llegó el “Estudio sobre las barreras al comercio electrónico en la alianza del pacífico. Análisis de medios de pago” (AMI, 2019), indicando que los principales obstáculos al comercio electrónico están relacionados con:

1. A pesar del crecimiento el uso de las tarjetas de crédito, en el país aún sigue siendo preferente el uso del dinero en efectivo, lo cual dificulta el comercio electrónico transfronterizo (compras por fuera de Colombia).
2. El incremento del IVA del 16% al 19% en 2016 implicó un crecimiento moderado del comercio electrónico, pues se incrementaron los costos para los consumidores.
3. El impuesto al gravamen de las transacciones financieras del 4x1.000 es un costo adicional para el consumidor al momento de hacer compras por Internet, motivo por el cual se ha venido estudiando de tiempo atrás su desmonte en Colombia.

El citado estudio de AMI para el BID para el caso concreto de Colombia hace las siguientes recomendaciones:

1. Eliminar el gravamen 4x1000 e implementar incentivos para adoptar medios de pago electrónicos.
2. Reducir costos y agilizar procesos para acceder a la banca y tarjetas de crédito, débito y tarjetas prepagadas. Esto podría ser a través de *FinTech* —en colaboración con redes de tarjeta Visa, MasterCard y otras— y también a través de estrategias innovadoras de emitir tarjetas, como la emisión en tiendas de ventas al por menor y en línea.



3. Apoyar al crecimiento de las SEDPE y promover su eventual integración con bancos tradicionales para que los usuarios obtengan acceso a tarjetas de crédito y cuentas bancarias tradicionales. Estas dan acceso al mercado de comercio electrónico internacional.
4. Facilitar y agilizar el proceso para convertirse en SEDPE para que más empresas puedan brindar servicios financieros y llegar a distintos segmentos de la población.
5. Apoyar la internacionalización de redes de pago como Vía Baloto y puntos de recaudo a través de su integración con redes internacionales para fomentar el comercio electrónico transfronterizo entre personas no bancarizadas (AMI, 2019).

La recomendación No. 1 aún no se ha atendido de manera generalizada; sin embargo, el Estatuto Tributario (Ley 2010 de 2019) prevé la exención del impuesto de 4 x 1.000 para todas las transacciones en cuentas de ahorros individuales, depósito electrónico o tarjetas prepago por titular hasta 350 UVT al mes (\$ 12.707.800 para el año 2021) y también para operaciones de *Factoring* sin importar el monto. Frente a la recomendación No. 5 no se conoce a la fecha acuerdos entre redes de pago de diferentes países, pues ello depende de la legislación financiera de cada país, lo cual dificulta su implementación. Las recomendaciones 2, 3 y 4 se han venido trabajando, como se expuso en el marco normativo y los CONPES analizados.

En materia logística, la misma entidad realizó el estudio denominado “Estudio sobre barreras al comercio electrónico en la Alianza del Pacífico. Análisis área logística Colombia” (AMI (a), 2019).

Respecto a las barreras logísticas para el comercio electrónico, en el caso de Colombia, el estudio identificó las siguientes barreras para Colombia:

1. Alto costo de envíos internacionales desde Colombia hacia los países de la Alianza del Pacífico (entre USD 13 y USD 18).
2. Ineficiencia en la cadena logística alimentada por la falta de coordinación con otras agencias del Estado (ICA e Invima); la falta de implementación del sistemas de gestión del riesgo para que la inspección se realice con criterio de prioridad; la exigencia de que cada paquete deba tener expuesta en su exterior la factura de compra; las insuficientes capacidades tecnológicas y humanas de la DIAN; y la falta de implementación del sistema informático aduanero, así como de la reglamentación normativa necesaria.



3. Falta de un procedimiento diferenciado para los paquetes de comercio electrónico (por lo que sus tiempos de liberación siguen el procedimiento aduanero estándar) ni instalaciones dedicadas exclusivamente a procesar envíos de comercio electrónico transfronterizo, lo cual retrasa la entrega de los productos.
4. En cuanto a trabas normativas se destacan: (i) la obligación de tener dos niveles de servicio —envíos prioritarios y encomiendas— cuando en la práctica sólo existe un medio de enrutamiento. (ii) la falta de acogimiento de los planteamientos específicos establecidos en la Guía Conjunta OMA-UPU, los cuales establecen que hay muchos paquetes que deben ser reconocidos como correspondencia, y en consecuencia deben quedar exentos de fletes y de impuestos. (iii) el obstáculo del límite de peso de hasta 50 kilogramos para los paquetes que pueden entrar o salir del país a través de la red de correo expreso, lo cual fija límites injustificados a la operación de empresas de envíos de paquetería internacional y obstaculiza el comercio electrónico transfronterizo de productos pesados.
5. Revisar y redefinir el servicio postal en su conjunto pues fue concebido, como un servicio de documentos, de cartas, de comunicaciones. Por ello, los procesos no están pensados para la mercadería o paquetería, es decir para el comercio electrónico transfronterizo. El crecimiento de esta actividad debería llevar a repensar lo que es el servicio de correo, resolver los nuevos desafíos que derivan de él y mejorar la calidad del servicio brindado a los usuarios.
6. Existe falta de capacitación del recurso humano asociado a la logística, reflejado en un desconocimiento de requisitos de registro como exportador, la carencia de infraestructura humana capacitada en el tema de comercio exterior, un inadecuado e insuficiente conocimiento de sistemas de costeo para comercio exterior, la falta de conocimiento sobre elaboración de fichas técnicas, la falta de información sobre localización de la demanda, el desconocimiento de condiciones de acceso en el país de destino, el desconocimiento del régimen cambiario del país de destino y, por último, el desconocimiento de la necesidad de permisos, certificaciones y vistos buenos en el país de destino para algunos productos.
7. Existe un trato diferenciado favorable para el sistema postal oficial frente a los *couriers*, toda vez que el primero cuenta dentro de sus propias instalaciones aeroportuarias con personal de las agencias estatales aduaneras (DIAN), además de control específico, como por ejemplo ICA e Invima. Mientras tanto, los *couriers* —salvo algunas



excepciones— deben esperar en fila hasta que dichas agencias de control agoten sus trámites de ingreso de las mercancías al país.

Esta condición les genera retrasos en sus procesos debido a la congestión que puede presentarse y también a los aspectos problemáticos de la inspección aduanera; los procedimientos de selección de la inspección; y las deficiencias tanto en herramientas tecnológicas como en recursos humanos.

8. La DIAN es una de las principales barreras al comercio, pues está concebida como una entidad encargada de recaudar los tributos además de ser la responsable de las aduanas. Por ello, el estudio evalúa de ser posible separar las funciones de impuestos y de aduanas, pasando estas última a la competencia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, lo cual facilitaría la implementación de las medidas de los Acuerdos de Facilitación del Comercio, específicamente la automatización de los sistemas de gestión de riesgo para aumentar la fluidez de los flujos de paquetes de comercio electrónico.
9. La inexistencia de regulaciones aduaneras y/o excesiva burocracia para el procesamiento de las devoluciones de mercancías internacionales y la recuperación de tributos pagados es un elemento que también obstaculiza las operaciones tanto de los operadores logísticos como de los vendedores internacionales. *“Los entrevistados expresaron que muchas de las devoluciones de mercancía son consideradas nuevas transacciones internacionales tanto para las empresas de paquetería como para las aduanas, lo cual crea excesivos costos adicionales, entre ellos una doble imposición tributaria, lo que termina desestimulando a los consumidores de adquirir productos en el exterior”* (AMI (a), 2019).
10. Inexistencia de interoperabilidad entre los diferentes actores logísticos y de servicios de envíos, más allá de la complementariedad de los servicios de última milla que actores locales les prestan a los grandes *couriers*.

Es necesario el desarrollo de plataformas tecnológicas interoperables entre las entidades del gobierno vinculadas con los procesos de importación, exportación y control aduanero, de tal forma que el intercambio de información y los procesos de importación de paquetes se den de una manera transparente de cara a los empresarios y consumidores.



Finalmente, el estudio hizo las siguientes recomendaciones para eliminar barreras de tipo logístico en el comercio electrónico:

1. Se recomienda la pronta implementación del Decreto 390 de 2016, por el cual se establece la regulación aduanera, el cual – según el estudio- a la fecha no se había implementado por procesos de actualización tecnológica. El estudio señala que este decreto optimiza los procesos logísticos en el país en lo referente a importación y exportación de productos.
2. Estandarizar y armonizar los montos de MINIMIS en los países de la Alianza del Pacífico, señalando en 200 USD ese monto para en lo referente al servicio postal y los *couriers*.
3. Diseñar un proceso aduanero específico y diferenciado para las devoluciones con procedimientos y trámites de despacho simplificados.
4. Reducir tiempos y trámites en los procesos de aduana para la liberación de paquetes, con el fin de reducir los tiempos de entrega de estos al consumidor final a través de la medición de indicadores para su monitoreo.
5. Promover y desarrollar los acuerdos de intercambio de información previa entre las aduanas de los países de la Alianza del Pacífico.
6. Implementar tecnologías tipo Blockchain para mejorar la confiabilidad y la transparencia a la hora de identificar compradores, vendedores y las mercancías.
7. Definir una política pública y una cabeza visible para el comercio electrónico dentro del Gobierno colombiano. *“Es necesaria una entidad que pueda convocar a todas las entidades asociadas con los procesos, pero que cuente con vocería y respaldo para dar la última palabra sobre las reformas e implementaciones con el fin de no sólo ganar eficiencia, sino también evitar dificultades en el proceso requerido de transformación”* (AMI (a), 2019).
8. *“Explorar el desarrollo de una plataforma Marketplace exclusivamente para los miembros de la Alianza del Pacífico (...). Sin embargo, frente a la competencia China, identificar oferta y demanda en los países incrementará el comercio electrónico en el ámbito B2B y también incrementará los volúmenes de negocio, actuando como bloque. Para que este proceso sea efectivo, los países deberían explorar el*



lanzamiento de una plataforma Marketplace para ofrecer mercancías con normas claras de origen de los miembros de la Alianza del Pacífico. Por otro lado, la oferta de productos como bloque AP incrementará el potencial comercial de frente a otros competidores” (AMI (a), 2019).

7.3 Obstáculos al comercio electrónico identificado por el Observatorio eCommerce 2019

El Observatorio eCommerce -MinTIC en el estudio Prospectiva para el comercio electrónico en Colombia realizado en 2019, identificó las siguientes barreras al comercio electrónico.

7.3.1 Demanda

En este caso Demanda debe entenderse desde el punto de vista del acceso de los consumidores a los portales de compra en Internet.

- Baja conectividad y velocidad en la conexión a Internet. Colombia requiere, por un lado, incrementar el número de conexiones a redes de Internet de banda ancha (fijas y móviles), y por otro lado, incrementar la velocidad de conexión, de forma que la población se pueda conectar a la red desde cualquier lugar del país, ya sea a través de Internet fijo o móvil y familiarizarse rápidamente con los beneficios de comprar en línea y pagos a través de medios electrónicos.
- Bajo nivel de inclusión financiera en la población colombiana. Solo el 45% de las compras por Internet se pagan en línea (por medio de tarjetas de crédito o PSE). Por ello es necesario, implementar medios de pago alternativos como las billeteras electrónicas o los pagos a través de la SEDPE. En la medida en que surjan alternativas que sean más fáciles para acceder, con menores costos y brinden confiabilidad, los pagos digitales serán cada vez mayores.
- Deficiencias en la experiencia de compra por parte del consumidor. Si bien es cierto la experiencia en el acceso al portal de compras en general es positiva (87% de satisfacción según el estudio), es necesario hacer mediciones continuas de ese nivel de satisfacción y trabajar en el desarrollo de las aplicaciones móviles, pues cada vez el consumo se hace de manera preferente por teléfonos móviles inteligentes (*smartphones*). Igualmente, es importante fortalecer el proceso de asesoría telefónica para los clientes durante el proceso de compra. En el aspecto logístico se



debe mejorar los tiempos de entrega sin obligar al usuario a permanecer mucho tiempo esperando la entrega del producto.

De otra parte, los consumidores solicitan la reversión de pago por diferentes motivos que no son necesariamente los establecidos para tal fin y no son verificados previamente por la entidad financiera. Esto beneficia al consumidor que recibe el abono de su dinero, pero no hay garantía de que el producto sea devuelto al comercio puesto que los costos asociados a la devolución deben estar a cargo del consumidor y muchas veces no quieren asumirlos a tener un mayor valor que el bien.

- Falta de cultura y educación digital para acceder a medios digitales como Internet, especialmente previendo programas de capacitación para personas de la tercera edad o para personas de un nivel bajo socioeconómico.

7.3.2 Oferta

En este caso Oferta se entiende como los bienes y servicios para el consumidor disponibles a través de los portales de compra, es decir, desde el punto de vista de las empresas.

- Altos riesgos de operaciones fraudulentas electrónicas, viéndose esto reflejado en la gran preocupación de los usuarios de Internet por realizar pagos en línea o por entregar su información personal a los comercios por miedo a un uso indebido o fraudulento. Los fraudes cibernéticos generan grandes retos para el comercio electrónico, ya que la desconfianza de los consumidores limita el crecimiento de las transacciones 100% en línea. Las empresas deben invertir un porcentaje de su presupuesto de TI para prevenir este tipo de ataques, ya sea implementando tecnología, con capacitación o adquisición de seguros especializados.
- Alineación entre oferta y prácticas de consumo, pues no siempre la oferta atiende las necesidades del consumidor. Los sitios web deben estar diseñados para que el consumidor los pueda visualizar correctamente desde un computador de escritorio o desde un *smartphone*, con contenidos visuales llamativos y de fácil entendimiento.
- Barreras para traspasar fronteras y hacer compras y ventas fuera del territorio colombiano. Para ello, es importante la eliminación de los MINIMIS para el ingreso de productos provenientes del exterior, así como de los aranceles.



Las ventas de las empresas colombianas en 2018 fueron hechas en un 98% dentro del territorio nacional, por lo que aún es muy bajo el comercio electrónico transfronterizo.

7.3.3 Talento humano

1. Baja disponibilidad de talento humano especializado. El 45% de las empresas tuvieron dificultades para contratar talento humano especializado en el sector TIC, pues se requiere de profesionales universitarios en su mayoría.

Contando desde el año 2005 hasta 2017 en Colombia se han graduado 46.065 personas de 322⁷ programas relacionados con tecnologías de la información y mercado digital.

Del total de graduandos, el 71% (32.871) corresponden a técnicos y tecnólogos, 14% (6.313) a profesionales universitarios, 12% (5.484) especialistas y 3% (1.397) de maestría; por el momento, no existen registros de graduandos en programas de doctorado. Los profesionales universitarios solo vienen creciendo a una tasa anual del 1%, siendo estos los más demandados para el comercio electrónico (en los diferentes eslabones de la cadena de valor).

2. Baja pertinencia de la oferta académica en los diferentes eslabones de la cadena de valor. En primera instancia se requiere que los colegios preparen adecuadamente a los estudiantes en temas relacionados con las matemáticas y temas digitales para que encuentren un mayor gusto y facilidad para estudiar carreras relacionadas con TI. A nivel universitario, el 66% de los programas en TI se concentra en la región andina, por lo que es necesario ampliar la oferta en TI a todas las ciudades capitales del país.

“el sector eCommerce necesita de programas que capaciten al talento humano que puedan ocupar las siguientes posiciones, las cuales serán las más apremiantes en los próximos años: (1) Customer experience, (2) Ingeniero integrador, (3) Cross-border

⁷ No se incluyen programas genéricos de administración de empresas, economía y negocios internacionales, dado que no tienen y/o garantizan un componente específico de comercio electrónico y que al darse su inclusión desvía los valores y conclusiones al respecto. Pero sí están contemplados programas como publicidad digital o gerencia del comercio electrónico.



eCommerce, (4) Analytics, (5) Científicos de datos y (6) Un colaborador que pueda enseñar las ventajas del comercio electrónico a empresas que aún no se han sumado a comercializar a través de este canal” (Observatorio e-Commerce (b), 2019).

3. Bajos niveles de bilingüismo. *“Es muy importante el dominio del inglés como segundo idioma para el desarrollo de negocios, habida cuenta que este idioma se ha posicionado como la norma corporativa. En consecuencia, se ha demostrado una correlación entre el dominio del inglés y producto interno bruto más alto, incremento de las exportaciones de bienes y servicios y mayores ingresos” (Observatorio e-Commerce (b), 2019).*
4. Subrepresentación de las mujeres en carreras STEM (del inglés *Science, Technology, Engineering and Mathematics*). De los graduados en TI entre 2005 y 2017, solo el 35.1% corresponde a mujeres.

“tanto las instituciones de educación superior como los orientadores profesionales en los colegios no comunican adecuadamente las oportunidades laborales y las ventajas que se pueden obtener gracias al estudio de carreras STEM: Por ejemplo, son muchos los puestos de trabajo que permiten trabajar desde el hogar y que permiten una mejor conciliación de la vida laboral y familiar” (Observatorio e-Commerce (b), 2019).

7.3.4 Legal e institucional

1. Protección de los consumidores. El uso abusivo del derecho de retracto y el derecho a la reversión por parte de los consumidores, afecta el comercio electrónico. *“Sería importante generar algún mecanismo de medición del impacto que tiene para el comercio en general el ejercicio de estos derechos, bien para ratificar su gran utilidad o para revisar las medidas que actualmente se implementan para evitar su abuso” (Observatorio e-Commerce (b), 2019).*

Adicionalmente, en cuanto a la protección transfronteriza de los consumidores, se dificulta determinar la legislación aplicable, por tanto, se resalta la importancia de profundizar en acuerdos de cooperación entre la Superintendencia de Industria y Comercio y sus pares en otros países (de la región e importantes socios comerciales) con el fin de brindar protección al consumidor colombiano.



2. **Ciberseguridad.** De acuerdo con el estudio, siguiendo los índices de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), Colombia cuenta con baja calificación en entrenamiento en ciberseguridad y protección infantil en medios electrónicos. Colombia en términos generales cuenta con una normatividad funcional pese a tener que fortalecerse en cuanto a la obligatoriedad de tomar o brindar capacitaciones en la materia, tanto en empresas privadas como en las diferentes agencias y entidades del gobierno.
3. **Protección de la privacidad de datos.** Se refiere a que en el desarrollo del comercio electrónico y desde el punto de vista del consumidor se vele por la protección de sus datos personales y al registro de bases de datos por parte de las Mipyme. Se requiere de una política de protección de datos para la generación de confianza de parte del consumidor.
4. **Comercio de mercancías.** Aborda las siguientes temáticas:
 - a. **Regulación cambiaria:** Se refiere a la canalización de divisas a través del mercado cambiario, lo cual se constituye en una barrera pues las importaciones y exportaciones deben canalizarse a través de un intermediario o de una cuenta de compensación, pues no se puede por medio de pasarelas de pago.
 - b. **Regulación aduanera:** algunos trámites de importación y exportación no responden a las necesidades de las operaciones de comercio electrónico.

A pesar de que existen beneficios normativos para la importación de mercancías objeto de tráfico postal y envíos urgentes -*MINIMIS*- en donde la DIAN no exige licencias o registros ante autoridades control para el ingreso de esas mercancías, el INVIMA si exige el registro previo ante ese Instituto para producto de consumo humano.

De otra parte, es necesario flexibilizar las exportaciones que se hagan a *Marketplaces* ubicados en el extranjero.

“Dado que al momento de realizar dicha exportación aún no se ha completado la venta de esas mercancías, en la actualidad, la figura que permite realizar este tipo de operaciones es la exportación temporal para reimportación en el mismo estado. Sin embargo, esta operación representa



dos grandes inconvenientes: (1) que actualmente debe hacerse una modificación por cada venta que se haga, es decir, si una exportación temporal cobijaba dos mil productos, y cada producto se vende de manera individual a través del Marketplace, será necesario hacer dos mil modificaciones a la exportación temporal; y (2) Que esta modalidad obliga a que la mercancía sea vendida dentro del término de un año, pues de lo contrario se deberá proceder o con su reimportación o con su destrucción –lo cual a veces es incluso más económico por el alto costo de los fletes.” (Observatorio e-Commerce (b), 2019).

5. Interoperabilidad entre las diferentes agencias del gobierno relacionadas con el comercio electrónico.

“La interoperabilidad se refiere, por una parte, al funcionamiento coordinado de las diferentes autoridades y agentes del estado para garantizar un correcto, ágil y eficiente funcionamiento de los procedimientos y controles que se ejercen (...) Por otro lado, la interoperabilidad también hace referencia a que los diferentes sistemas informáticos utilizados por diversas autoridades que se ven involucradas en un mismo trámite o procedimiento se encuentren integrados.” (Observatorio e-Commerce (b), 2019).

6. Participación del gobierno colombiano en las discusiones que se llevan a cabo en escenarios internacionales y que puedan llegar a afectar el comercio electrónico. Se requiere de una posición de liderazgo del gobierno colombiano a nivel regional e internacional, especialmente en la Alianza Pacífico, con el fin de afianzar la consolidación de los acuerdos en materia de comercio transfronterizo. (Observatorio e-Commerce (b), 2019).

7.3.5 Logística

1. Altos tiempos de distribución y cumplimiento de entregas de los paquetes del comercio electrónico.

“Según el último estudio realizado por el Observatorio eCommerce, los tiempos de entrega nacional son 3 veces más en territorios alejados que en ciudades principales, mientras que en las últimas el promedio es de dos días, a otras ciudades el tiempo se eleva a 4 días y a territorios alejados asciende a 6 días, lo que constituye un



desincentivo al eCommerce en estas zonas” (Observatorio e-Commerce (b), 2019), lo cual dista ostensiblemente de los bajos tiempos de entrega en Estados Unidos o en la Unión Europea.

2. Altos costos logísticos para el transporte de paquetes.

Señala el estudio que el costo logístico representa en Colombia el 15.2% como porcentaje del valor total del producto, mientras que en el promedio de la OCDE es del 9%. Sin embargo, para las microempresas ese costo es del 24.1% y para las Pymes del 17.6%.

El principal costo logístico es el almacenamiento, que representa el 64% del costo y el transporte que representa el 26% del costo. (Observatorio e-Commerce (b), 2019).

3. Baja eficiencia aérea, terrestre y portuaria.

“La eficiencia aérea, terrestre y portuaria es una de las variables críticas que se relaciona directamente con el comercio electrónico en Colombia. Según el Índice Global de Competitividad (Foro Económico Mundial, 2018) Colombia ocupa el lugar 97 de 140 en el índice de conectividad terrestre, con una calificación de 47.9 en una escala de 0 a 100, siendo el país referente Estados Unidos” (Observatorio e-Commerce (b), 2019).

4. Falencias en infraestructura física y carencia de carreteras adecuadas para el transporte.

“En este sentido se identifica que las carreteras son un limitante para la competitividad; como se mencionó líneas arriba, Colombia ocupó el lugar 102 entre 140 países en el índice de calidad de carreteras del Foro Económico Mundial” (Observatorio e-Commerce (b), 2019). Ello genera que el transporte de carga al interior del país sea mucho más demorado para el transporte de los productos del comercio electrónico.

5. No existe interoperabilidad ni coordinación entre actores de la cadena logística.



En interoperabilidad en sistemas de información del Estado se identificó duplicidad de funciones entre entidades, aisladas en la debida gestión de sus procesos y atención al ciudadano.

Otro elemento clave identificado para alcanzar una verdadera interoperabilidad entre entidades es la ciberseguridad en la operación de plataformas; con la implementación y uso de sellos de seguridad se vuelve a generar confianza en los sistemas, promoviendo la cooperación y otros actores de la cadena, incluso siendo competidores.

6. Baja percepción de seguridad en el transporte de paquetes.

“De acuerdo con estadísticas de MinTransporte, el 58% de los hurtos se concentran en 15 corredores viales. A pesar de ser un tema muy sensible para el sector de comercio electrónico, los actores consultados durante este ejercicio de validación manifiestan que las inversiones en materia de seguridad son muy altas y no siempre logran prevenir eventos, debido a los múltiples factores de riesgo presentes en todas las etapas de la cadena (...) Otro tema sensible de seguridad es el personal que trabaja en las operaciones logísticas, pues hay una alta rotación de personal de tripulación y bodega, por lo que se deben hacer grandes inversiones en monitoreo permanente, GPS, celulares, cámaras, sensores, etc.” (Observatorio e-Commerce (b), 2019).

7. Bajo nivel de tercerización de servicios especializados para carga.

De acuerdo con lo reportado en la Encuesta Nacional Logística se identifica que hay un bajo índice de tercerización de los servicios logísticos por parte de las empresas del sector comercio: transporte de carga y distribución es el mayor con 43% de tercerización, compra y manejo de proveedores 24% de servicios tercerizados y otros como procesamiento de pedidos del cliente, rastreo y seguimiento de pedidos y logística inversa con una tercerización de poco menos del 10% de las empresas.

7.3.6 Innovación y tecnología

1. Bajo nivel de conocimiento y uso de la tecnología como una barrera para la competitividad logística.



“La Encuesta Nacional Logística del Departamento Nacional de Planeación, ha identificado que hay un bajo nivel de conocimiento y utilización de tecnología en logística, pues el 69.3% de las empresas del país manifiestan conocer al menos una herramienta tecnológica aplicable a la logística, sin embargo, el 64% no las utilizan.

La herramienta más conocida es el rastreo y seguimiento de vehículos con el 45.2% de las empresas, seguido por la facturación electrónica con el 41.3%, sin embargo, el porcentaje de uso es del 12% y 13% respectivamente. (...).

El uso de Blockchain en la cadena logística aumenta la confianza en los operadores, al incrementar las medidas de seguridad, al mismo tiempo que genera eficiencias al permitir una interoperabilidad entre actores involucrados en cada etapa del proceso” (Observatorio e-Commerce (a), 2019).

2. Poca inversión en la experiencia del cliente.

“La inversión en experiencia del cliente constituye otra de las variables críticas para el Eje de Innovación y Tecnología. Si bien es difícil que la experiencia de una tienda física se compare con un Marketplace, si pueden generarse alternativas diferenciadoras que atraigan o cautiven a los consumidores y aumente su permanencia en línea. Es por ello por lo que la realidad virtual y aumentada se convierte en una herramienta de alto potencial para el sector, gracias a que permite convertir la búsqueda y selección en línea en una experiencia realmente diferente e incluso más práctica. Si se observan ejemplos como Amazon, Shopify y eBay, entre otros, se puede ver cómo involucran a sus potenciales consumidores, llevándolos incluso a visualizar cómo quedaría el producto en sus hogares, cosa que no podrían hacer en una tienda física” (Observatorio e-Commerce (a), 2019).

3. Modelos de negocio tradicionales ganan sobre modelos de negocio innovadores.

“Las empresas colombianas están viéndose obligadas a repensar sus modelos de negocios, pero muchas lo hacen porque sienten la presión del mercado y no por que nace de una iniciativa propia o visión de sus directivos. No obstante, muchas ni siquiera tienen un cambio o ajuste de su modelo en el mediano plazo, lo cual es preocupante cuando el mundo está transformando su forma de hacer negocios a nivel mundial” (Observatorio e-Commerce (a), 2019).



El estudio del Observatorio eCommerce señala que estas barreras impactan a la cadena de valor del comercio electrónico, de forma concreta en los eslabones que se presentan en la siguiente ilustración.



Tabla 18. Impacto de las barreras en la cadena de valor del comercio electrónico

EJES Y VARIABLES CRÍTICAS	ACCESO AL PORTAL	COMPRA	PAGO	LOGÍSTICA	POSTVENTA
III. ANÁLISIS DE VARIABLES CRÍTICAS PARA EL SECTOR					
1 Demanda					
1.1. Baja conectividad y velocidad en la conexión a internet	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
1.2. Bajo nivel de inclusión financiera de la población colombiana			<input checked="" type="checkbox"/>		
1.3. Deficiencias en la experiencia de compra	<input checked="" type="checkbox"/>				
1.4. Falta de cultura y educación digital	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
2 Oferta					
2.1. Altos riesgos de Operaciones			<input checked="" type="checkbox"/>		
2.2. Alineación entre oferta y prácticas de consumo	<input checked="" type="checkbox"/>				
2.3. Barreras para traspasar fronteras			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
3 Talento humano					
3.1. Baja disponibilidad de talento humano especializado		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.2. Baja pertinencia de la oferta académica en los diferentes eslabones de la cadena		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.3. Bajos niveles de bilingüismo	<input checked="" type="checkbox"/>				
3.4. Subrepresentación de las mujeres en carreras STEM	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
4 Legal e Institucional					
4.1. Protección de los consumidores		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
4.2. Ciberseguridad	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
4.3. Protección de la privacidad de datos	<input checked="" type="checkbox"/>				
4.4. Comercio de mercancías		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
4.4.1. Regulación cambiaria: pagos realizados a través de pasarelas de pagos a nivel internacional.			<input checked="" type="checkbox"/>		
4.4.2. Regulación aduanera: algunos trámites de importación y exportación no responden a las necesidades de las operaciones de comercio electrónico.				<input checked="" type="checkbox"/>	
4.5. Interoperabilidad		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
4.6. Participación activa del gobierno colombiano en las discusiones que se llevan a cabo en escenarios internacionales y que pueden llegar a afectar el comercio electrónico.	<input checked="" type="checkbox"/>				
5 Logística					
5.1. Altos tiempos de distribución y cumplimiento en entregas				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.2. Altos costos logísticos				<input checked="" type="checkbox"/>	
5.3. Baja eficiencia aérea, terrestre y portuaria				<input checked="" type="checkbox"/>	
5.4. Falencias en infraestructura física				<input checked="" type="checkbox"/>	
5.5. No existe interoperabilidad ni coordinación entre actores de la cadena logística	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
5.6. Baja percepción de seguridad				<input checked="" type="checkbox"/>	
5.7. Bajo nivel de tercerización de servicios especializados para carga				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6 Innovación y Tecnología					
6.1. Bajo nivel de conocimiento y uso de tecnología una barrera para la competitividad en logística	<input checked="" type="checkbox"/>				
6.2. Poca inversión en la experiencia del cliente	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>
6.3. Modelos de negocio tradicionales ganan sobre modelos de negocio innovadores.	<input checked="" type="checkbox"/>				

Fuente: Observatorio eCommerce (2019)



7.4 Análisis de los obstáculos a la luz del marco normativo vigente

Identificados los obstáculos al comercio electrónico, a continuación, se presenta un análisis de las principales acciones tendientes a promover la remoción de estas barreras desde el punto de vista normativo.

Para el efecto, se agrupan los obstáculos identificados (CRC, BID y Observatorio eCommerce) bajo las categorías establecidas por el Observatorio eCommerce en 2019.

7.4.1 Demanda

Tabla 19. Obstáculos en la demanda

	Obstáculo en la Demanda	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
1	Baja conectividad y velocidad en la conexión a Internet Fuente: común en los 3 estudios	Si	Ley 1341 de 2009 Ley 1955 de 2019 Ley 1978 de 2019 Ley 2108 de 2021	Estas normas promueven el despliegue de infraestructura para Internet y la ejecución de proyectos sociales
2	Dificultad de acceso a la compra de dispositivos móviles y otras tipologías de hardware por una parte importante de la población Fuente: CRC	Parcialmente	Art. 424 del Estatuto Tributario Art. 38 Ley 2155 de 2021	Eliminación del IVA para smartphones no mayores a 22 UVT y computadores no mayores a 50 UVT. Establecimiento del día sin IVA, 3 veces al año.



	Obstáculo en la Demanda	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
3	Bajo nivel de inclusión financiera en la población Colombiana Fuente: los 3 estudios	SI	CONPES 4005 de 2020	Si, a mediano plazo, pues las acciones del CONPES se prevén finalizar hacia fines del 2022 ⁸ , mediante estrategias que generen un mayor nivel de bancarización o inclusión financiera en el país
4	Retenciones e impuestos a transacciones financieras y a los micro pagos que dificulta la realización de transacciones de comercio electrónico Fuente: CRC	NO	CONPES 4012 de 2020	Hoy en día todas las transacciones financieras están sujetas a retenciones e impuestos. Sin embargo, el CONPES 4012 prevé que el Ministerio de Hacienda y Crédito Público con apoyo de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y la Unidad de Regulación Financiera, realizarán un estudio que diagnostique los costos asociados a los pagos digitales en las empresas. El estudio contará con mesas de trabajo que evalúen el desarrollo de mecanismos para la disminución de estos costos identificados. Lo anterior, con el fin de implementar acciones de política pública para incentivar el uso de estos medios de pago.

⁸ Según el estudio de inclusión financiera 2020, la tasa de inclusión financiera de Colombia reportada en 2020 es del 72.6%, promovida principalmente por el COVID 19 y la necesidad del comercio electrónico, teniendo que el COVID 19 adelantó en 2 años las tasas de bancarización. Esta tasa refleja la porción de la población colombiana adulta que cuenta por lo menos con un producto financiero vigente a diciembre de 2020, que corresponde a 32 millones de personas. Esto significa que aún existe una parte significativa de Colombia que no tienen acceso al sistema financiero (Banca de las Oportunidades, 2020).



	Obstáculo en la Demanda	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
5	Preferencia por el uso de dinero en efectivo Fuente: BID	SI	CONPES 4005 de 2020 Decreto 1234 de 2020	<p>Si, a mediano plazo, pues las acciones para promover el uso de medios digitales de pagos del CONPES se prevén finalizar hacia fines del 2022. Este CONPES busca desplazar a mediano plazo el uso de efectivo en Colombia. El objetivo específico 2 de este Conpes prevé “Generar mayores competencias, conocimiento y confianza en el sistema financiero y sectores asociados para desincentivar el uso del efectivo y promover el uso de los servicios financieros formales”.</p> <p>La línea de acción 4 prevé que la política busca que mediante estrategias de educación financiera se logre una mayor inclusión de la población más vulnerable. En primer lugar, se plantea una estrategia dirigida a los beneficiarios de los programas sociales de transferencias monetarias del Gobierno nacional.</p> <p>El Decreto 1234 de 2020 autoriza realizar pruebas controladas para medios de pago y transferencias soportadas en Fintech a actores diferentes de la banca tradicional.</p>
6	Deficiencias en la experiencia de compra Fuente: Observatorio eCommerce	NO		Es un tema que no se puede solucionar vía normativa. La encuesta de satisfacción de usuarios adelantada por el Observatorio eCommerce en 2021 arrojó que el



	Obstáculo en la Demanda	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				66% de los encuestados está muy satisfecho con la experiencia de compra en Internet
7	Falta de cultura y educación digital Fuente: CRC	SI	CONPES 4012 de 2020	Con la línea de acción “Generar confianza y cultura ciudadana en el comercio electrónico”, mediante acciones como la Guía para la protección de datos del consumidor de comercio electrónico, se espera incrementar la confianza en las plataformas y medios de pago digitales y por medio de cursos virtuales de protección al consumidor a cargo de la SIC
8	Falta de políticas públicas para fomentar el uso de medios electrónicos de pago por parte de la población Fuente: BID	SI	CONPES 4005 de 2020 Decreto 1692 de 2020 Decreto 1234 de 2020	Se fija la política pública para fomentar los medios de pagos electrónicos, generando acciones para una mayor oferta de medios pago digitales (inclusión financiera) a ciudadanos y las MiPymes, inclusive mediante el uso de Fintech
9	Falta de incentivos para pagos con tarjetas de crédito (reducción del IVA y disminución de tasas de interés) a raíz de las estrategias del	SI	CONPES 4005 de 2020	La Ley 2155 reglamenta los 3 días sin IVA para compras. El CONPES 4012 prevé que el Ministerio de Hacienda y Crédito Público con apoyo de la Dirección de



	Obstáculo en la Demanda	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
	Banco de la República y la DIAN Fuente: CRC		CONPES 4012 de 2020 Decreto 1692 de 2020 Arts. 37 y 38 de la Ley 2155 de 2021	Impuestos y Aduanas Nacionales y la Unidad de Regulación Financiera, realizarán un estudio que diagnostique los costos asociados a los pagos digitales en las empresas
10	Impactos negativos de la devaluación del peso colombiano sobre los costos de las importaciones y el consumo en portales de comercio electrónico internacionales Fuente: CRC	NO		La devaluación del peso colombiano no se puede reglamentar vía normativa, más allá de las decisiones de política cambiaria de la Junta Directiva del Banco de la República
11	La compra en puntos de venta presenciales en muchos casos es preferida sobre el comercio electrónico Fuente: CRC	SI	CONPES 4012 de 2020	El CONPES 4012 prevé como una de las acciones el desarrollo de una estrategia para incrementar la confianza en plataformas de comercio electrónico y pagos digitales. Igualmente, la emergencia sanitaria a causa del COVID 19 impulsó las ventas por Internet, pues en el año



	Obstáculo en la Demanda	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? Observaciones
				2020 las ventas por Internet tuvieron un crecimiento del 53% (Montes, 2021).
12	Alto grado de navegación en Internet sin realizar compras en la red. Fuente: CRC	NO		No es posible fijar una norma para evitar esta situación, más allá de las campañas de apropiación para el uso del comercio electrónico

Fuente: Elaboración U.T. TelBroad-INTERLAT



7.4.2 Oferta

Tabla 20. Obstáculos en la oferta

	Obstáculo en la Oferta	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
13	Altos riesgos de operaciones en los medios de pago digitales Fuente: Observatorio eCommerce	SI	CONPES 3995 de 2020	Este CONPES contiene acciones para el diseño de una estrategia de formación en capacidades en materia de seguridad digital para los ciudadanos, y estrategia para la creación de hábitos de uso seguro y responsable de las TIC que permita desarrollar competencias y formación en seguridad y confianza, en cabeza de MinTIC, Min Educación, Min Defensa y SENA
14	Alineación entre oferta y prácticas de consumo Fuente: Observatorio eCommerce	NO		Es un tema que no se puede solucionar vía normativa, sino mediante acciones de estudios de mercado que analicen las necesidades de los consumidores en el comercio electrónico
15	Barreras para traspasar fronteras (comercio electrónico transfronterizo) – <i>MINIMIS</i> Fuente: Observatorio eCommerce - BID	NO		Se requiere reglamentar y fomentar el comercio electrónico transfronterizo para promover la importación y exportación de bienes y servicios. Para ello, se propone establecer <i>MINIMIS</i> por encima de los USD 200
16	Las pasarelas de pago pueden, en algunos casos, dificultar el despliegue de	NO		Se requiere de flexibilizar los requisitos para que las Micro y pequeñas empresas ingresen al sistema financiero y para que a su vez haya una mayor explicación a



	Obstáculo en la Oferta	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
	empresas entrantes al comercio electrónico Fuente: CRC			estos comerciantes sobre el uso y la tecnología de las pasarelas de pago. En todo caso, no es un tema de modificación normativa, sino de simplificación de trámites para ingresar al sistema financiero y de formación a los pequeños comerciantes sobre el uso y alcance de las pasarelas de pago.
17	Los principales sectores en los cuales las MiPymes tienen baja presencia son aquellos en los que se consumen más productos y servicios mediante comercio electrónico. Poca presencia de las MiPymes en la red Fuente: Observatorio eCommerce	NO		No es posible una norma para este obstáculo, más allá de las campañas de apropiación y promoción del comercio electrónico que promueva la utilización de canales de comercio electrónico por parte de las MiPymes de diversos sectores

Fuente: Elaboración U.T. TelBroad-INTERLAT



7.4.3 Talento Humano

Tabla 21. Obstáculos en el talento humano

	Obstáculo en el Talento Humano	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
18	Baja disponibilidad de talento humano especializado Fuente: Observatorio eCommerce - BID	SI	CONPES 4012 de 2020 CONPES 3975 de 2019 Ley 1341 de 2009 Decreto 1064 de 2020	El CONPES 4012 prevé una línea de acción para “Crear y fortalecer las habilidades técnicas y de talento especializado en la cadena de valor del comercio electrónico para las empresas”. El CONPES 3975 prevé “Generar condiciones habilitantes que favorezcan el desarrollo de competencias digitales durante la trayectoria educativa, correspondientes con los retos de las transformaciones tecnológicas”. El Decreto 1064 de 2020 (art. 30) establece como función de la Subdirección de Competencias Digitales del MinTIC la de apoyar la formación de habilidades digitales a los ciudadanos
19	Baja pertinencia de la oferta académica en los diferentes eslabones a la cadena de valor Fuente: Observatorio eCommerce - BID	SI	CONPES 4012 de 2020 CONPES 3975 de 2019	El CONPES 4012 prevé una línea de acción para “Crear y fortalecer las habilidades técnicas y de talento especializado en la cadena de valor del comercio electrónico para las empresas”. Igualmente, la acción del desarrollo de un estudio de las necesidades actuales y prospectivas del



	Obstáculo en el Talento Humano	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
			Ley 1341 de 2009 Decreto 1064 de 2020	talento especializado para el comercio electrónico en el sector empresarial y la acción de metodología ArCo remueven la barrera. El CONPES 3975 prevé “Generar condiciones habilitantes que favorezcan el desarrollo de competencias digitales durante la trayectoria educativa, correspondientes con los retos de las transformaciones tecnológicas”. El Decreto 1064 de 2020 (art. 30) establece como función de la Subdirección de Competencias Digitales del MinTIC la de apoyar la formación de habilidades digitales a los ciudadanos.
20	Bajos niveles de bilingüismo Fuente: Observatorio eCommerce	SI	Ley 1651 de 2013 que modifica la ley 30 de 1992 (Ley de educación superior) y la Ley 115 de 1994 (ley general de educación)	La ley 1651 de 2013 promueve el aprendizaje de una segunda lengua (extranjera) en la formación académica en colegios y universitaria
21	Subrepresentación de las mujeres en el estudio de carreras universitarias STEM (del inglés <i>Science</i> ,	NO		La barrera no se soluciona con normatividad.



	Obstáculo en el Talento Humano	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
	<i>Technology, Engineering and Mathematics</i> Fuente: Observatorio eCommerce			La Directiva presidencial 11 de 2020 promueve la contratación de mujeres.
22	Amplia brecha digital de uso en la sociedad colombiana por motivos de desconocimiento y de falta de alfabetización digital relacionada con el comercio electrónico Fuente: CRC	SI	CONPES 4012 de 2020 Decreto 1064 de 2020	El CONPES 4012 prevé una línea de acción para “Crear y fortalecer las habilidades técnicas y de talento especializado en la cadena de valor del comercio electrónico para las empresas”. Por tanto, aquí se aborda la capacitación en empresas. El Decreto 1064 de 2020 (art. 30) establece como función de la Subdirección de Competencias Digitales del MinTIC la de apoyar la formación de habilidades digitales a los ciudadanos.

Fuente: Elaboración U.T. TelBroad-INTERLAT



7.4.4 Legal (regulatorio) e institucional

Tabla 22. Obstáculos en lo legal (regulatorio) e institucional

	Obstáculo en lo Legal (regulatorio) e institucional	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
23	<p>Protección de los consumidores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Requisitos para la reversión de pagos • Protección de datos transfronterizos <p>Fuente: Observatorio eCommerce</p>	Parcialmente	<p>Ley 1480 de 2011</p> <p>CONPES 4012 de 2020</p>	<p>Se requiere reglamentar para precisar la procedencia de la reversión de pagos para compras realizadas mediante comercio electrónico.</p> <p>Respecto a la protección de datos transfronterizos la línea de acción 8 del CONPES 4012 prevé la siguiente acción en cabeza de la SIC “analizar los procesos de armonización normativa en materia de protección de datos con diferentes regiones económicas y adelantará aquellas modificaciones que incrementen el comercio electrónico de Colombia a nivel global.”.</p>
24	Ciberseguridad	Si	CONPES 3995 de 2020	Si. El CONPES prevé la realización de acciones de (i) formación de talento humano (ii) identificación de



	Obstáculo en lo Legal (regulatorio) e institucional	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
	Fuente: CRC y Observatorio eCommerce			medidas para la ciberseguridad. Adicionalmente, se prevé, la actualización del marco de gobernanza en materia de seguridad digital para aumentar su grado de desarrollo y mejorar el avance en seguridad digital del país.
25	Protección de la privacidad de datos Fuente: Observatorio eCommerce	SI	Ley 1266 de 2008, Ley 1581 de 2012 Cartilla para el cumplimiento de obligaciones establecidas en la Ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios – SIC ⁹ Acuerdos de Libre Comercio (TLC)	Si. En Colombia existe normatividad para la protección de la privacidad de los datos personales
26	Regulación cambiaria: pagos realizados a través de pasarelas de pagos a	NO	CONPES 4012 de 2020	En el CONPES 4012 se definió una estrategia orientada a evaluar la

⁹ Se aclara que la citada cartilla no es un acto administrativo de carácter vinculante, sino un documento que recopila de forma amigable la normatividad en materia de protección y privacidad de datos para la sensibilización y capacitación a la ciudadanía.



	Obstáculo en lo Legal (regulatorio) e institucional	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
	nivel internacional y formulario DCIN 83 del Banco de la República Fuente: CRC y Observatorio eCommerce			regulación cambiaria y efectuar los cambios necesarios para la canalización de divisas a través de las pasarelas de pago (esta acción finalizó su ejecución en junio de 2021). Sin embargo, aún está pendiente que el Banco de la República modifique el formulario DCIN 83
27	Regulación aduanera: <ul style="list-style-type: none"> Necesidad de unificar requisitos entre DIAN e INVIMA para la importación de objetos de tráfico postal y envíos urgentes, pues la DIAN no solicita registros ni licencias en estos casos, pero el INVIMA sí. Flexibilizar requisitos en caso de exportaciones temporales a Marketplace, ampliando el plazo actual de 1 año para esas exportaciones 	SI	CONPES 3982 de 2020 Resolución DIAN 46 de 2019	El CONPES 3982 prevé entre 2022 y 2024 flexibilizar esta regulación y crear un sistema de gestión de riesgos (línea de acción 4). Igualmente, el CONPES 3982 prevé “para 2022, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo fortalecerá la VUCE. El fortalecimiento abordará los siguientes aspectos: desarrollo del módulo de inspección simultánea, para todo tipo de carga, en puertos y aeropuertos,



	Obstáculo en lo Legal (regulatorio) e institucional	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? Observaciones
	<p>temporales y las modificaciones a exportación definitiva por cada venta que haga el Marketplace.</p> <p>Fuente: Observatorio eCommerce</p>			<p>pasos de frontera e ILE (Infraestructura Logística Especializada - Plataforma logística), cuando exista la infraestructura de inspección; integración de los módulos de comercio exterior de las entidades de control cuando se desarrollen; interoperabilidad con las ventanillas únicas de los países de la Alianza del Pacífico, la Comunidad Andina, Mercado Común del Sur (Mercosur) y Costa Rica, y la integración operativa con los futuros desarrollos de los sistemas de comunidad portuaria y aeroportuaria”.</p> <p>Dentro de la línea de acción 4 se prevé “Para 2024, las entidades de control de comercio exterior (DIAN, ICA, INVIMA y la Dirección Antinarcóticos de la Policía Nacional), habrán desarrollado los servicios informáticos que permitan interoperar los</p>



	Obstáculo en lo Legal (regulatorio) e institucional	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				<p>sistemas de gestión de riesgos de las entidades de control de comercio exterior, con el propósito de facilitar el intercambio de información de gestión de riesgos. Esta acción permitirá enriquecer los perfiles de riesgo en aras de mitigar los riesgos de contrabando, narcóticos, seguridad nacional, ambientales, sanitarios, de falsedad marcaria y de la defensa a la salud. Al respecto, las entidades mencionadas en esta acción determinarán el tipo de mercancías que deban ser objeto de control conjunto para así garantizar las acciones articuladas en los diferentes procesos de control de comercio exterior” y la creación de un centro único de monitoreo.</p> <p>Por su parte la Resolución DIAN 46 de 2019 (art. 416) establece que las exportaciones</p>



	Obstáculo en lo Legal (regulatorio) e institucional	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				temporales de mercancías en consignación, ventas a diferentes compradores y/o diferentes países, podrán finalizar la modalidad presentando en forma consolidada la declaración de exportación definitiva, anexando como documento soporte la relación de facturas y compradores, sin necesidad de hacer una declaración por cada una de las facturas. El art. 415 de la misma resolución prevé la posibilidad de exportaciones temporales mayores a 1 año.
28	Interoperabilidad: institucional y de los sistemas informáticos Fuente: Observatorio eCommerce - CRC	Parcialmente	CONPES 3982 de 2020	La interoperabilidad entre las instituciones no se encuentra solucionada como barrera. El CONPES 3982 prevé acciones para coordinar los sistemas de información de las diferentes entidades



	Obstáculo en lo Legal (regulatorio) e institucional	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				del Estado, tal como se citó en el Obstáculo No. 27, creando un sistema de gestión de riesgos, fortaleciendo la VUCE y creando servicios informáticos interoperables entre las diferentes entidades de control
29	Participación activa del gobierno colombiano en las discusiones que se llevan a cabo en escenarios internacionales y que puedan llegar a afectar el comercio electrónico Fuente: Observatorio eCommerce	NO		La barrera no tiene solución mediante normativa, sin embargo, el gobierno puede participar en escenarios internacionales relacionados con el sector.
30	Normas jurídicas legadas que no se corresponden con el actual entorno digital, como es el caso de las plataformas de dos lados y de economía colaborativa, y tienen como efecto prohibir o restringir la comercialización electrónica de bienes o servicios, o encarecer su prestación	Parcialmente	Decreto 1234 de 2020 Proyectos de ley para regular plataformas digitales colaborativas	El Decreto 1234 de 2020 prevé la realización de <i>sandboxes</i> en materia de innovación financiera. Desde 2019 se han venido estudiando diferentes proyectos de ley para regular las plataformas de economía colaborativa.



	Obstáculo en lo Legal (regulatorio) e institucional	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
	Fuente: CRC		CONPES 4012 de 2020	El DAPRE adelantará un estudio al respecto para diciembre de 2022, según lo previsto en el CONPES 4012. Sin embargo, no existe una norma que haya removido el obstáculo, pues por el contrario la Ley 2068 de 2020 restringe a las plataformas de turismo y la Superintendencia de Transporte ha multado a plataformas de transporte mediante la Resolución 18417 de 2015.
31	Normas jurídicas que tienen como efecto restringir o desincentivar la comercialización electrónica de servicios financieros por parte de las sociedades especializadas en depósitos y pagos electrónicos SEDPE Fuente: CRC	NO		La ley 1735 de 2014 establece 2 requisitos que desincentivan la creación de las SEDPE: el capital mínimo para su creación (superior a 5.800 millones de pesos) y disponer que el saldo máximo de depósitos es solo de 3 SMMLV
32	La inexistencia de un régimen normativo que regule las condiciones de “crowdfunding”, también	SI	Decreto 1235 de 2020	Si, estos decretos regulan las actividades de financiación colaborativa a través de



	Obstáculo en lo Legal (regulatorio) e institucional	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? Observaciones
	llamado “cooperación colectiva” o “micro mecenazgo” Fuente: CRC		Decreto 1357 de 2018	la emisión de valores (Crowdfunding) en Colombia
33	La inexistencia de una Ley que regule y sujete a la jurisdicción colombiana o incluya dentro del ámbito de aplicación de la misma a los Responsables o Encargados del tratamiento a las personas naturales o jurídicas no domiciliadas en Colombia, que recolecten y traten datos personales dentro del territorio nacional a través de Internet Fuente: CRC	Si	CONPES 4012 de 2020	No es posible expedir una ley en Colombia para regular actividades en el extranjero (principio de territorialidad de la ley). Para ello, se deben buscar acuerdos internacionales. En todo caso, el CONPES 4012 de 2020, estableció una estrategia para que la SIC estudiara la armonización normativa en materia de protección de datos con diferentes regiones del mundo.

Fuente: Elaboración U.T. TelBroad-Interlat



7.4.5 Logística

Tabla 23. Obstáculos en lo logístico¹⁰

	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
34	Altos tiempos de distribución y cumplimiento de entregas Fuente: Observatorio eCommerce	SI	CONPES 3982 de 2020	<p>Prevé abordar este tema entre 2021 y 2024 desarrollando un sistema de transporte intermodal eficiente y la modernización de la prestación del servicio de transporte de carga, con el fin de reducir los costos y tiempos logísticos en el país. Para 2022, el Ministerio de Transporte, con apoyo del DNP, contará con un programa para la construcción y mejoramiento de accesos y pasos urbanos en ciudades priorizadas, localizadas en los corredores logísticos de importancia estratégica.</p> <p>Para 2021, el DNP, con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la DIAN, tendrá implementado un módulo de análisis y divulgación de tiempos y</p>

¹⁰ Las principales acciones en lo logístico están contenidas en el CONPES 3982 de 2020 – Política Nacional Logística, que tiene como objetivo general “Promover la intermodalidad en el transporte y la facilitación del comercio para reducir los costos y tiempos logísticos y así impulsar la competitividad del país”.



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				costos de las operaciones de importación y exportación, con el fin de presentar información periódica que permita hacer seguimiento a los avances en materia de facilitación del comercio.
35	Altos costos logísticos Fuente: Observatorio eCommerce	SI	CONPES 3982 de 2020	La línea de acción 1 prevé como acción un componente de operación dirigido al diseño de medidas de gestión de la operación de carga, como zonas, periodos y horarios de cargue y descargue, y medidas de distribución de mercancías en horarios no convencionales, medidas de promoción de medios de transporte con bajas emisiones contaminantes, de zonas e infraestructuras preferenciales adecuadas para estos y micro bodegas urbanas integradas, con abastecimiento en horarios no convencionales. Para 2021, el Ministerio de Transporte, con el apoyo del DNP, habrá



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				<p>actualizado y armonizado la política tarifaria de los servicios de transporte de carga en los modos carretero, férreo y fluvial a través del análisis del mercado del transporte de carga por los tres modos.</p> <p>También se señala como acción a realizar por el CONPES y con el objetivo de generar herramientas para medición de costos en la operación de transporte al servicio del sector privado que promuevan la productividad en los servicios de transporte, al contar con información estratégica sobre costos de operación, para 2024, el Ministerio de Transporte contará con un programa de asistencia técnica para la estructuración de modelos de costos de operación para empresas que prestan servicios de transporte en los modos férreo y fluvial, que incluirá mecanismos de referencia de costos de transporte.</p>



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				<p>El Ministerio de Transporte, para 2022, también contará con un esquema de promoción de los modos de transporte férreo, fluvial y aéreo nacional. En este se incluirá un plan de diversificación de los productos transportados, con el fin de identificar cargas de retorno que permitan disminuir los costos operacionales y aprovechar la vocación de carga de los modos de transporte.</p> <p>El Ministerio de Transporte, con el apoyo de la Dimar y la Superintendencia de Transporte, para 2021, contará con una nueva política tarifaria del sistema portuario de país.</p>
36	Baja eficiencia aérea, terrestre y portuaria Fuente: Observatorio eCommerce	SI	CONPES 3982 de 2020	Prevé abordar este tema entre 2021 y 2024 para garantizar una oferta intermodal de transporte logístico (aéreo, férreo, marítimo, fluvial y carretable), desarrollando un sistema de transporte intermodal eficiente y la modernización de la prestación del servicio de



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				<p>transporte de carga, con el fin de reducir los costos y tiempos logísticos en el país. Igualmente se contará con un documento de política para la reactivación y consolidación del transporte ferroviario de carga, así como de un programa de modernización de la infraestructura fluvial y un plan estratégico de logística en transporte aéreo.</p> <p>Con el propósito de aumentar la capacidad de carga con sistemas de vehículos más eficientes y a menores costos de transporte y aumentar la productividad en la prestación del servicio de transporte de carga por carretera, para el 2022, el Ministerio de Transporte, con el apoyo del Invías, contará con un procedimiento estándar para la autorización temporal de la circulación de vehículos de transporte de carga extrapesada y extradimensionada. En el</p>



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				<p>marco de esta acción, el Ministerio de Transporte definirá las tarifas de peajes de este tipo de vehículos.</p> <p>Para 2021, el Ministerio de Transporte, con el acompañamiento del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el DNP, contará con el plan de expansión portuaria que defina la visión de desarrollo del sistema portuario a 2040. Este plan incluirá estrategias encaminadas a mejorar la eficiencia y sostenibilidad del sistema portuario colombiano a través de la optimización de la capacidad portuaria marítima de carga de comercio exterior y trasbordo para los litorales pacífico y atlántico.</p>
37	Falencias en infraestructura física Fuente: Observatorio eCommerce y CRC	SI	CONPES 3982 de 2020	La línea de acción 1 prevé como acción definir lineamientos de ordenamiento territorial en logística urbana y municipal con un componente de infraestructura que



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				<p>defina las medidas de modernización y aumento de la eficiencia de las vías que se consoliden como corredores logísticos urbanos. Igualmente se contará con un documento de política para la reactivación y consolidación del transporte ferroviario de carga, así como de un programa de modernización de la infraestructura fluvial y un plan estratégico de logística en transporte aéreo.</p> <p>El DNP con MinTransporte definirán un plan estratégico para el impulso y desarrollo de ILE, el cual incluirá un instrumento de priorización de zonas estratégicas, la identificación de mecanismos de gestión del suelo, manejo ambiental, la promoción de la inversión privada, los modelos de financiación como el esquema de APP y los</p>



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				esquemas institucionales de desarrollo.
38	No existe interoperabilidad ni coordinación entre actores de la cadena logística Fuente: Observatorio eCommerce - BID	SI	CONPES 3982 de 2020	Para el 2022, el Ministerio de Transporte habrá implementado una reestructuración en materia institucional y de mecanismos de gobernanza de la entidad, a través de la modificación de los decretos de funciones y estructura vigentes. De esta manera, el ministerio contará con mejores herramientas para la formulación de la visión y la política sectorial de largo plazo, con enfoque territorial y global, y la definición de lineamientos que guíen el desarrollo de todos los medios y modos de transporte Igualmente se pondrá en marcha el Comité de Logística y Comercio Exterior y sus comités temáticos, como mecanismo para la coordinación institucional y la integración público-



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				<p>privada en la toma de decisiones.</p> <p>Con el propósito de mejorar la eficiencia logística en la operación de las zonas portuarias y aeroportuarias del país, para 2024, el Ministerio de Transporte elaborará un documento técnico de buenas prácticas para el desarrollo, mantenimiento y operación de los sistemas de comunidad portuaria y aeroportuaria. Estas buenas prácticas contendrán los criterios para la administración y operación de los sistemas, la definición de los requerimientos para el intercambio de información entre las entidades de control de comercio exterior, los operadores portuarios, empresas de transporte, importadores, exportadores, entre otros.</p> <p>Para 2022, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo fortalecerá la VUCE. El fortalecimiento</p>



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				<p>abordará los siguientes aspectos: desarrollo del módulo de inspección simultánea, para todo tipo de carga, en puertos y aeropuertos, pasos de frontera e ILE.</p> <p>Para 2024, la DIAN, con el apoyo del DNP y de las entidades de control de comercio exterior (ICA, INVIMA y la Policía Nacional), tendrán implementado el centro único de monitoreo y control de comercio exterior para el país, como una herramienta física y tecnológica que permita facilitar el seguimiento y control de la carga, el monitoreo a las inspecciones y limitar la discrecionalidad de los funcionarios en las terminales de comercio exterior.</p> <p>Como mecanismo para la coordinación interinstitucional, la integración público-privada y la toma de decisiones en logística, el Departamento Administrativo de la</p>



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				Presidencia de la República (DAPRE), con el apoyo del Ministerio de Transporte; el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la DIAN y el DNP, garantizarán el funcionamiento del Comité de Logística y Comercio Exterior y sus comités temáticos para promover la articulación en materia de planeación y coordinación de las acciones entre las entidades públicas y privadas para la implementación de la Política Nacional Logística.
39	Baja percepción de seguridad Fuente: Observatorio eCommerce	NO		No es una barrera que sea removida mediante normativa, pues su remoción depende de acciones tomadas al interior de las empresas logísticas. Sin embargo, también es un tema de acción de las fuerzas y militares, del uso de tecnología para el rastreo vehicular y pólizas de seguro, entre otros.



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? Observaciones
40	Baja apropiación y conocimiento del código postal por parte de la ciudadanía y las empresas Fuente: CRC	Parcialmente	Resolución 1120 de 2014 del MinTIC	Establece la obligatoriedad del código postal y sanciona a los operadores postales que no lo usen. Sin embargo, se requiere de mayores campañas de publicidad para concientizar a la ciudadanía de la importancia de usar el código postal, pues su uso por parte de los ciudadanos es en el momento de hacer compras por Internet.
41	Bajo nivel de tercerización de servicios especializados para carga Fuente: Observatorio eCommerce y CRC	NO		No es un asunto con solución por medio de normatividad, sino de acuerdos o estrategia comercial de cada operador logístico con empresas de comercio electrónico
42	Gran cantidad de requisitos documentales y monetarios para el comercio electrónico transfronterizo	SI	CONPES 3982 de 2020	El CONPES 3982 prevé entre 2022 y 2024 flexibilizar esta regulación y crear un sistema de información único. Igualmente, el CONPES 3982 de 2020 prevé “para



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
	Fuente: CRC			2022, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo fortalecerá la VUCE. El fortalecimiento abordará los siguientes aspectos: desarrollo del módulo de inspección simultánea, para todo tipo de carga, en puertos y aeropuertos, pasos de frontera e ILE, cuando exista la infraestructura de inspección; integración de los módulos de comercio exterior de las entidades de control cuando se desarrollen; interoperabilidad con las ventanillas únicas de los países de la Alianza del Pacífico, la Comunidad Andina, Mercado Común del Sur (Mercosur) y Costa Rica, y la integración operativa con los futuros desarrollos de los sistemas de comunidad portuaria y aeroportuaria”.
43	Alto costo de envíos internacionales desde Colombia hacia los países de la Alianza del	NO		En la actualidad existe un régimen de libertad tarifaria para los envíos postales internacionales,



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? Observaciones
	<p>Pacífico (entre USD 13 y USD 18).</p> <p>Fuente: BID</p>			<p>sin que exista regulación sobre el particular.</p> <p>De otra parte, en la encuesta de logística – última milla (2021) se encontró que el costo promedio de envíos internacionales se redujo entre 2019 y 2021 en un 50%</p>
44	<p>Falta de un procedimiento diferenciado para los paquetes de comercio electrónico ni instalaciones dedicadas exclusivamente a procesar envíos de comercio electrónico transfronterizo</p> <p>Fuente: BID</p>	Parcialmente	Resolución DIAN 0046 de 2019	<p>Esta resolución de la DIAN regula de manera especial las importaciones y exportaciones referentes a tráfico postal y envíos urgentes, de las cuales hacen uso los operadores postales o portales de compra para el envío de productos del comercio electrónico.</p>
45	<p>Revisar y redefinir el servicio postal en su conjunto pues fue concebido, como un servicio de documentos, de cartas, de comunicaciones. Por ello, los procesos no están pensados para la mercadería o</p>	NO		<p>Se requeriría de una nueva Ley postal diferente a la Ley 1369 de 2009 que fije un nuevo propósito y un nuevo marco normativo para los servicios postales.</p> <p>Sin embargo, es un análisis que se debe realizar al finalizar el 2022</p>



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
	<p>paquetería, es decir para el comercio electrónico transfronterizo.</p> <p>Trabas normativas: (i) la obligación de tener dos niveles de servicio —envíos prioritarios y encomiendas— cuando en la práctica sólo existe un medio de enrutamiento. (ii) la falta de acogimiento de los planteamientos específicos establecidos en la Guía Conjunta OMA-UPU, los cuales establecen que hay muchos paquetes que deben ser reconocidos como correspondencia, y en consecuencia deben quedar exentos de fletes y de impuestos. (iii) el obstáculo del límite de peso de hasta 50 kilogramos para los paquetes que pueden entrar o salir del país a través de la red de correo expreso, lo cual fija límites injustificados a la operación de</p>			<p>una vez se evalúe la implementación del Plan de Modernización del sector Postal expedido por el MinTIC, pues la Ley 1369 de 2009 no solo abarca la entrega de paquetes del comercio electrónico, sino también el servicio postal universal, el futuro del Operador Postal Oficial (encargado de las encomiendas) y la competencia entre el servicio postal (hasta 30 kg en el caso del operador postal oficial) y el servicio de transporte de carga.</p>



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
	empresas de envíos de paquetería internacional y obstaculiza el comercio electrónico transfronterizo de productos pesados. Fuente: BID			
46	Inexistencia de regulaciones aduaneras y/o excesiva burocracia para el procesamiento de las devoluciones de mercancías internacionales y la recuperación de tributos pagados Fuente: BID	SI	Decreto 1165 de 2019 Resolución DIAN 0046 de 2019 Resolución DIAN 0039 de 2021	Estas tres normas contienen el nuevo régimen de aduanas. La importación de mercancías por valor inferior a los 2.000 USD se puede realizar mediante la modalidad de tráfico postal y envíos urgentes sin necesidad de requisitos de licenciamiento o permisos por parte de la DIAN, lo cual reduce los procedimientos aduaneros. Las resoluciones DIAN 0046 de 2019 y 0039 de 2021 contienen el procedimiento para las devoluciones de las mercancías internacionales y la



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				solicitud de devoluciones de tributos y aranceles. El artículo 124 de la Resolución 46 de 2019 establece los requisitos para la declaración anticipada obligatoria para la importación de mercancías, exceptuando de la obligación de tal declaración a las importaciones que se realicen bajo la modalidad de tráfico postal y envíos urgentes.
47	Falta de implementación del sistema informático aduanero y de nuevas tecnologías para mejorar la confiabilidad y la transparencia a la hora de identificar compradores, vendedores y las mercancías. Fuente: BID	Parcialmente	Decreto 1165 de 2019 (artículo 3) Resolución DIAN 0046 de 2019 (Considerandos) CONPES 3975 de 2019 CONPES 4012 de 2020	Las normas citadas prevén la implementación de nuevas tecnologías para agilizar los procesos de aduana en la DIAN. El CONPES 3975 prevé la siguiente acción (dentro de la línea de acción 7) “la DIAN diseñará y ejecutará la transformación digital de la entidad a través de iniciativas que faciliten el cumplimiento tributario a través de la tecnología, incluyendo el proyecto de factura electrónica. El diseño y ejecución deberán contemplar el



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				<p>uso preferente de herramientas tecnológicas que favorezcan la digitalización. Esta acción iniciará en noviembre de 2019 y finalizará en septiembre de 2022”.</p> <p>El CONPES 4012 prevé en la línea de acción 6 un manual de buenas prácticas en el comercio electrónico¹¹ para los operadores postales (a ser elaborado por el DNP), el manual incluirá recomendaciones prácticas para promover la adopción de tecnologías básicas y avanzadas en sus procesos con el fin de innovar en la prestación de los servicios postales y logísticos tradicionales y el desarrollo de nuevos servicios que aumenten la confianza e incentiven la contratación de estos por parte de las empresas de comercio electrónico</p>

¹¹ Es un manual que no tiene la categoría de acto administrativo, sino un documento guía de referencia para los operadores postales de libre uso (no es obligatorio).



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
48	<p>Trato diferenciado favorable para el sistema postal oficial frente a los <i>courier</i>, toda vez que cuenta dentro de sus propias instalaciones aeroportuarias con personal de la DIAN. Los <i>courier</i> deben esperar en fila hasta que dichas agencias de control agoten sus trámites de ingreso de las mercancías al país.</p> <p>Fuente: BID</p>	NO		<p>Debe entenderse que el Operador Postal Oficial (4-72) es una sociedad por acciones pública del nivel de la rama ejecutiva, razón por la cual puede acceder a ese tipo de prerrogativas especiales con otras entidades del Estado.</p>
49	<p>La DIAN, pues está concebida como una entidad encargada de recaudar los tributos más que de ser la responsable del comercio aduanero</p> <p>Fuente: BID</p>	NO		<p>Se requeriría estudiar la posibilidad de una reforma legal para dividir las actuales competencias de la DIAN: lo referente a impuestos y lo aduanero.</p> <p>Sin embargo, consideramos que el análisis de una reforma de este tipo va más allá de las consideraciones del comercio electrónico razón por la cual no es posible proponer una reforma normativa en concreto, pero si se puede proponer un</p>



	Obstáculo en lo logístico	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
				análisis gubernamental para que se revise el papel de la DIAN en materia de aduanas.
50	Falta de capacitación del recurso humano asociado a la logística	Parcialmente	CONPES 3982 DE 2020	Dentro de la Línea de Acción 7 de este Conpes se prevé la formación de capital humano orientado a la logística, señalando que el Ministerio de Educación publicará el catálogo de cualificaciones en logística y transporte promoviendo el diseño de programas de educación superior. Igualmente, el Ministerio de Trabajo promoverá el cierre de brechas de capital humano en el sector logística. En todo caso, la formación de capital humano no depende de una norma, sino de la implementación de programas académicos de capacitación.

Fuente: Elaboración U.T. TelBroad-Interlat



7.4.6 Innovación y tecnología

Tabla 24. Obstáculos en la innovación y tecnología

	Obstáculo en la innovación y tecnología	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
51	Poca inversión en la experiencia del cliente Fuente: Observatorio eCommerce	NO		El obstáculo no se remueve mediante una normativa
52	Modelos de negocio tradicionales ganan sobre modelos de negocio innovadores Fuente: Observatorio eCommerce	SI	Ley 2069 de 2020 - Ley de emprendimiento Decreto 1234 de 2020 (innovación financiera)	La transformación de los modelos de negocio de comercio electrónico no se puede dar vía normativa, pues existe la libertad de empresa y comercio. Sin embargo, existen normas que promueven el emprendimiento en el país.
53	El ecosistema de emprendimiento nacional no está focalizado en proyectos relacionados con el comercio electrónico Fuente CRC	Parcialmente	Proyecto de ley 197 de 2020 Cámara de Representantes Proyecto de ley 139 de 2021 Cámara de Representantes Ley 2069 de 2020 (Ley de emprendimiento).	Existen 2 proyectos de ley relacionados con temas de emprendimiento y comercio electrónico: promoción de la innovación en Colombia y del <i>FinTech</i> , y regulación de los Servicios de Intercambio de Criptoactivos ofrecidos a través de las Plataformas de Intercambio de Criptoactivos



	Obstáculo en la innovación tecnológica y	Cuenta ya con solución normativa	Norma / acción ejecutada	¿La norma es suficiente para remover el obstáculo? / Observaciones
			Decreto 1234 de 2020 (innovación financiera)	La Ley 2069 promueve el emprendimiento en Colombia y el Decreto 1234 promueve la innovación financiera mediante Fintech.

Fuente: Elaboración U.T. TelBroad-Interlat

Visto lo anterior, se encuentra que aún persisten necesidades de reformas normativas para la promoción del comercio electrónico y existen obstáculos que no dependen de una normatividad para su remoción.

Aquellos obstáculos que no dependen de una reforma normativa, sino de políticas públicas de largo plazo para modificar las situaciones señaladas como obstáculo son los siguientes:

- Deficiencias en la experiencia de compra: este es un tema de largo plazo en donde los portales de compras deben ser creativos e innovadores para lograr atraer y fidelizar a los clientes.
- Alto grado de navegación en Internet sin realizar compras en la red: al igual que el punto anterior, dependerá del interés que los portales de compra logren causar en los consumidores y de las reales necesidades de compra de estos.
- Alineación entre oferta y prácticas de consumo: al igual que los anteriores, dependerá de las estrategias de los portales de compra, realizando, por ejemplo, análisis de mercado que les permita concluir sobre las necesidades continuas de los consumidores.
- Los principales sectores en los cuales las MiPymes tienen baja presencia son aquellos en los que se consumen más productos y servicios mediante comercio electrónico. Poca presencia de las MiPymes en la red: Se requiere poner en práctica o llevar a la realidad las políticas públicas previstas en los diferentes CONPES analizados,



expedidos en los años 2019 y 2020, para que las MiPymes tengan incentivos que los lleven a ver al comercio electrónico como su principal canal de ventas en los casos en que sea procedente el uso de ese canal.

- Subrepresentación de las mujeres en carreras STEM: mediante una norma no se puede imponer a las mujeres la obligación de estudiar una determinada carrera universitaria. Lo que se requiere son acciones de publicidad e información acerca de los beneficios de las carreras universitarias en STEM.
- Baja percepción de seguridad: esta barrera es estructural para todos los sectores de la economía, motivo por el cual se requieren de acciones de política pública para mejorar la seguridad ciudadana, de comerciantes y en las vías del país.
- Bajo nivel de tercerización de servicios especializados para carga: es un asunto que compete directamente a los empresarios y a sus estrategias operativas para el desarrollo de sus negocios, sin que una norma pueda imponer la tercerización.
- Explorar el desarrollo de una plataforma *Marketplace* exclusivamente para los miembros de la Alianza del Pacífico: vía normativa no se puede crear ese *Marketplace*. Lo que procede hacer los análisis de su beneficio para que el gobierno lo proponga a los países miembro de la Alianza del Pacífico.
- Poca inversión en la experiencia del cliente: es un asunto que depende de las estrategias comerciales de cada portal de compra, lo cual se verá fortalecido en la medida en que el cliente vea los beneficios del comercio electrónico.
- Las pasarelas de pago pueden, en algunos casos, dificultar el despliegue de empresas entrantes al comercio electrónico: más que un ajuste normativo lo que se necesita en este punto es una acción de capacitación a los pequeños comercios sobre el uso y las tecnologías de las pasarelas de pago, de manera que los pequeños comercios entiendan los beneficios del uso de estas tecnologías.

De otra parte, existen obstáculos normativos al comercio electrónico que difícilmente se pueden remover, pues su remoción implicaría la modificación de otras normas que afectan a otros sectores de la economía. Entre ellos tenemos los siguientes:

- Retenciones e impuestos a transacciones financieras y a los micro pagos que dificulta la realización de transacciones de comercio electrónico: a pesar de que el



CONPES 4012 de 2020 prevé revisar este punto y de que se ha discutido en los últimos años la eliminación del impuesto de 4x1.000 a las transacciones financieras, una política para eliminar o reducir impuestos en ese sentido debería ser estructurada para toda la economía en general y no solo para el comercio electrónico, lo cual afectaría el recaudo fiscal del gobierno.

- Impactos negativos de la devaluación del peso colombiano sobre los costos de las importaciones y el consumo en portales de comercio electrónico internacionales: a pesar de que la tasa de cambio en Colombia es libre, la Junta Directiva del Banco de la República puede adoptar medidas que incidan en la misma, lo cual ha hecho de manera excepcional. Por tal motivo, es casi de imposible realización (a menos que hubiera una crisis económica generalizada por causas de monedas extranjeras) la revaluación del peso colombiano frente al dólar o al euro.

De otra parte, han surgido otras necesidades de reforma normativa asociados a hoja de ruta del comercio electrónico (Observatorio e-Commerce (a), 2019) y a la mesa de trabajo intersectorial del comercio electrónico, creada en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022.

En ese sentido, no se cuenta con regulación en cuanto a:

- Reversión del pago de compra de bienes y servicios adquiridos por comercio electrónico realizada por los consumidores cuando ejercen el derecho de reversión previsto en la Ley 1480 de 2011, dado que en ocasiones se cometen fraudes frente al vendedor, señalando que no realizaron la compra o recibieron los productos de forma defectuosa sin que el vendedor pueda ejercer debidamente su derecho de defensa.
- Marketplaces y responsabilidades de ley frente a portales de comercio electrónico, portales de contacto, proveedores y demás intermediarios, pues actualmente el Estatuto del Consumidor presenta vacíos en materia respecto a este tipo de modelos de comercio en línea.
- Sistema de Información monetaria y no monetaria del comercio electrónico para conocer las estadísticas del sector y alimentar los indicadores del Marco de Estadísticas del Comercio Electrónico. El CONPES 4012 de 2020 plantea la necesidad de contar con un sistema de información para disponer de cifras y estadísticas



centralizadas del comercio electrónico en Colombia, con el fin de poder adoptar políticas públicas para su promoción.

- Elevar el MINIMIS actual (US200) a estándares internacionales para la exención del IVA y arancel a productos provenientes de exterior por tráfico postal o envíos urgentes, teniendo en cuenta que a nivel internacional ese MINIMIS está entre los 200 y los 800 dólares.
- Incentivar el uso de tecnologías para el despliegue logístico por parte de los operadores postales (big data, IA, drones, entre otros) y entregas de los paquetes las 24 horas del día. Para ello, se puede hacer uso de exenciones normativas experimentales (tipo Sandbox regulatorios) para probar el uso y los beneficios de las nuevas tecnologías.
- Plataformas colaborativas para la promoción del comercio electrónico, a pesar de los proyectos de ley que se han presentado al respecto en los últimos 3 años (sin que ninguno haya prosperado). Como reconoce la CRC en el estudio del comercio electrónico (2017) se requiere la reglamentación de plataformas asociadas al comercio electrónico como las de turismo y las de transporte, pues, de forma contraria, Colombia ha restringido su uso desde la vía normativa.
- Normas jurídicas que tienen como efecto restringir o desincentivar la comercialización electrónica de servicios financieros por parte de las sociedades especializadas en depósitos y pagos electrónicos SEDPE.



8 Necesidades de reformas normativas

A continuación, se presentan las recomendaciones de propuestas normativas identificadas en el capítulo anterior, planteando: (i) la temática con necesidad de reforma normativa (ii) el alcance, aspectos y contenido general de la propuesta normativa (iii) el tipo de norma que se debería expedir y (iv) las autoridades responsables de gestionar las actividades para la expedición de la norma.

8.1 Requisitos para la reversión de los pagos de las compras realizadas por medio de comercio electrónico

Alcance, aspectos y contenido general de la propuesta normativa

Lo que busca la reforma normativa es regular adecuadamente las condiciones para las reversiones de los pagos del comercio electrónico, previstas en el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011 solicitadas por el consumidor, supeditando la devolución del dinero a la devolución del producto por parte del consumidor.

La propuesta normativa a expedir debe contener las siguientes temáticas:

- Se busca reglamentar la reversión de los pagos solicitada por los consumidores según lo previsto en el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011, cuando la adquisición de los bienes o servicios se hubiere realizado a través de mecanismos de comercio electrónico y, para tal efecto, se hubiere utilizado tarjetas de crédito, débito o cualquier otro instrumento de pago electrónico.
- En los eventos de reversión del pago cuando el producto entregado no corresponde a lo solicitado o sea defectuoso, la devolución del pago al consumidor procederá una vez el portal de compras haya recibido la devolución del producto (pues actualmente basta con la afirmación del consumidor para que se haga la reversión del pago).
- Para ello, el portal de compras deberá notificar la recepción del producto devuelto a la entidad financiera para que esta haga la devolución del dinero.

Tipo de norma que se debería expedir:

Decreto, modificatorio, del Decreto 587 de 2016



Autoridades responsables de gestionar las actividades para la expedición de la norma

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público
- Superintendencia de Industria y Comercio
- Superintendencia Financiera

8.2 *Marketplaces*

Alcance, aspectos y contenido general de la propuesta normativa

La regulación actual en materia de protección del consumidor considera a los proveedores de comercio electrónico o tiendas *online* (portales de compras) como proveedores responsables frente al consumidor, surgiendo la duda de si los *marketplaces* actúan como portales de compra o portales de contacto; por lo cual la propuesta normativa apunta a que los *marketplaces* sean considerados portales de compra y, en consecuencia, asuman responsabilidades frente a los consumidores (SIC, 2021).

Dentro de las acciones previstas en el CONPES 4012 de 2020 se establece que *“La Superintendencia de Industria y Comercio, a través de la Delegatura para la Protección del Consumidor y con el apoyo de la Delegatura de Protección de Datos Personales, diseñará una guía de protección al consumidor para el comercio electrónico. Esta guía deberá desarrollar una estrategia de divulgación y socialización dirigida a los consumidores y al sector empresarial e incluirá como mínimo los derechos, deberes y obligaciones de todas las partes involucradas en la celebración de relaciones de consumo a través de comercio electrónico. Lo anterior, les permitirá a las empresas familiarizarse con sus deberes y obligaciones como proveedores en línea, así como aportar confianza a los consumidores respecto a la protección de sus derechos en el comercio electrónico en el país. Esta acción iniciará en enero del 2021 y finalizará en diciembre del 2021”* (DNP (b), 2020).

En el borrador de Guía publicado por la SIC en junio de 2021 se hace mención que los *marketplaces* hacen las veces de portales de compra frente al usuario, no obstante, la citada guía no regula este tipo de comercios y solo tiene un carácter informativo.



Por ello se recomienda una normativa a expedir de forma concreta para los *marketplaces* que contenga las siguientes temáticas:

- Precisar que los *marketplaces* actúan como portales de compra frente al consumidor del comercio electrónico cuando informan, ofrecen y ponen a disposición del público productos y servicios.
- Por lo anterior, son responsables de las mismas obligaciones que las normas del comercio electrónico han establecido para los portales de compra o tiendas *online* frente al consumidor (SIC, 2021).
- A efecto de dar cumplimiento a las sanciones que se lleguen a imponer a los *marketplaces* por violar normas de protección al consumidor, definir acciones de cooperación con entidades de protección al consumidor, fuera de Colombia, para los casos en que los *marketplaces* no tengan domicilio en el país.

Tipo de norma que se debería expedir:

Circular

Autoridades responsables de gestionar las actividades para la expedición de la norma.

Superintendencia de Industria y Comercio

8.3 Sistema de información monetaria y no monetaria

Alcance, aspectos y contenido general de la propuesta normativa

El CONPES 4012 de 2020 prevé la siguiente acción:

“El Ministerio de Tecnologías de Información y las Comunicaciones en conjunto con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística con el apoyo de las entidades pertinentes, generarán estadísticas, indicadores y mediciones relativas al comercio electrónico para apoyar la toma de decisiones públicas y privadas, que permita garantizar la producción continua de información estadística en el país respecto al comercio electrónico y proporcione insumos que sirvan de base en la implementación de un sistema de información. Esta acción iniciará en junio de 2021 y finalizará en diciembre de 2023” (DNP (b), 2020).



Por ello, es necesario contar con un sistema de información estadística del comercio electrónico que permita tomar decisiones de política pública, por lo que se requiere que los portales de comercio electrónico (y *marketplaces*) reporten, a título informativo, su información periódica al MinTIC.

Teniendo en cuenta que los artículos 5, 24, 29 y 32 del Decreto 1064 de 2020 asignan al MinTIC funciones de formulación, promoción, implementación y seguimiento de políticas públicas para el comercio electrónico, es posible que el MinTIC expida una norma al respecto para dar vida jurídica al Sistema de Información Monetaria y no Monetaria del comercio electrónico.

La propuesta normativa a expedir debe contener las siguientes temáticas:

- El reporte de información de los portales de compra y *marketplaces* domiciliados legalmente en Colombia de presentar cada año al MinTIC información sobre:
 - Número de accesos al portal de compras
 - Compras efectivas en el comercio electrónico (discriminadas por productos o servicios)
 - Métodos o sistemas de pago utilizados por los compradores
 - Tiempos de entrega de los productos al consumidor
 - Número y tipos de reclamos en el servicio postventa.
- Hay que señalar que la información será anonimizada de forma tal que el MinTIC solo la podrá publicar de manera agregada.
- La información se utilizará para el cumplimiento de las funciones previstas en el Decreto 1064 de 2020 respecto del comercio electrónico.
- La información debe ser analizada por el MinTIC y el DANE, previo acuerdo de colaboración entre las dos entidades.
- Las sanciones por el no reporte de la información debe ser impuesta por la entidad del Estado que ejerza la inspección y vigilancia de la respectiva empresa



(Superintendencia de Sociedades, Superintendencia Financiera, MinTIC (en el caso de los operadores postales) o Superintendencia de Transporte.

Tipo de norma que se debería expedir:

Resolución

Autoridades responsables de gestionar las actividades para la expedición de la norma.

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

8.4 Elevar el MINIMIS actual (USD 200) a estándares internacionales

Alcance, aspectos y contenido general de la propuesta normativa

Con el fin de promocionar el comercio electrónico se propone incrementar y ampliar el *MINIMIS* para la importación de productos a través de tráfico postal y envíos urgentes provenientes del comercio electrónico, señalando la exención del pago del IVA y de cualquier arancel para dichos productos.

La propuesta normativa a expedir debe contener las siguientes temáticas:

- Solo opera para productos que se importen como consecuencia de una actividad de comercio electrónico a través de tráfico postal y envíos urgentes.
- El *MINIMIS* de importación propuesto será de 800 USD.
- Estos productos estarán exentos de IVA y del pago de cualquier arancel por la importación o exportación.
- La medida aplica para cualquier producto dentro de los rangos de valores establecidos provenientes o con destino a cualquier país.

Tipo de norma que se debería expedir

Ley de la República (modificando el Estatuto Tributario)

Autoridades responsables de gestionar las actividades para la expedición de la norma

- Congreso de la República



- Ministerio de Hacienda y Crédito Público

8.5 Incentivar el uso de nuevas tecnologías, vía *sandbox* regulatorio, para el despliegue logístico de entrega de paquetes

Alcance, aspectos y contenido general de la propuesta normativa

Se busca mayor agilidad y eficiencia en la entrega de paquetes del comercio electrónico, mediante el uso de nuevas tecnologías como drones o sistemas de inteligencia artificial, previos análisis en *sandboxes* regulatorios

El CONPES 4012 de 2020 prevé en la línea de acción 6 un manual de buenas prácticas en el comercio electrónico para los operadores postales (a ser elaborado por el DNP); el manual incluirá recomendaciones prácticas para promover la adopción de tecnologías básicas y avanzadas en sus procesos con el fin de innovar en la prestación de los servicios postales y logísticos tradicionales y el desarrollo de nuevos servicios que aumenten la confianza e incentiven la contratación de estos por parte de las empresas de comercio electrónico.

De otra parte, la CRC expidió la Resolución 5980 de 2020, cuyo objeto es determinar las condiciones generales para la aplicación del Sandbox Regulatorio como mecanismo alternativo de regulación basado en la experimentación monitoreada, con el objetivo de generar innovación en cualquier aspecto de la provisión de redes y servicios de comunicaciones, incluyendo al sector postal. Sin embargo, la citada resolución solo enfoca los Sandbox para la provisión de redes y servicios de comunicaciones.

Por lo anterior se busca la expedición de una nueva resolución por parte de la CRC exclusivamente para operadores postales.

La propuesta normativa a expedir debe contener las siguientes temáticas:

- Proponer un *sandbox* regulatorio dirigido a los operadores postales, con el fin de hacer uso de nuevas tecnologías avanzadas y emergentes para la distribución de los objetos postales que mejoren los tiempos de entrega al consumidor.
- En los demás aspectos, la resolución debe contener las mismas secciones previstas en la Resolución CRC 5980 de 2020, esto es:
 - Etapa de preparación



- Fase de desarrollo del *sandbox* regulatorio
- Fase de aplicación
- Fase de evaluación
- Definición de riesgos
- Plan de salida
- Fase de experimentación y duración

Tipo de norma que se debería expedir

Resolución

Autoridades responsables de gestionar las actividades para la expedición de la norma

Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC.

8.6 Plataformas colaborativas para la promoción del comercio electrónico

Alcance, aspectos y contenido general de la propuesta normativa

Teniendo en cuenta que desde 2019 se vienen tramitando proyectos de ley en el Congreso de la República para la promoción y regulación de las plataformas digitales colaborativas se considera importante el trámite de esos proyectos de ley para la promoción del comercio electrónico, bajo el entendido que las plataformas digitales son un mecanismo adecuado para la promoción y expansión del comercio electrónico.

La propuesta normativa a expedir debe contener las siguientes temáticas:

- La autorización para el funcionamiento de las plataformas digitales colaborativas para cualquier sector de la economía.
- En cumplimiento del Plan Nacional de Desarrollo, regular las condiciones laborales de los trabajadores de estas plataformas cuando sea necesario la contratación de terceros para prestar los servicios al consumidor final.
- Generar normas de libre y leal competencia con las industrias tradicionales.



- Definir un régimen de responsabilidad de los actores: plataforma, vendedor y/o productor.

Tipo de norma que se debería expedir

Ley de la República

Autoridades responsables de gestionar las actividades para la expedición de la norma

- Congreso de la República
- Ministerio de Trabajo y Protección Social
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
- Ministerio de Transporte
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

8.7 Normas jurídicas que tienen como efecto restringir o desincentivar la comercialización electrónica de servicios financieros por parte de las sociedades especializadas en depósitos y pagos electrónicos SEDPE

Alcance, aspectos y contenido general de la propuesta normativa

El artículo 3 de la Ley 1734 de 2014 (por la cual se dictan medidas tendientes a promover el acceso a los servicios financieros transaccionales y se dictan otras disposiciones) establece que: *“El capital mínimo que deberá acreditarse para solicitar la constitución de las sociedades especializadas en depósitos y pagos electrónicos será de cinco mil ochocientos cuarenta y seis millones de pesos (\$5.846.000.000). Este monto se ajustará anualmente en forma automática en el mismo sentido y porcentaje en que varíe el índice de precios al consumidor que suministre el DANE. El valor resultante se aproximará al múltiplo en millones de pesos inmediatamente superior. El primer ajuste se realizará en enero de 2015, tomando como base la variación del índice de precios al consumidor durante 2014”.*

Por lo que, el capital mínimo para el año 2021 es de \$ 7.750.000.000, suma que se considera elevada para que las pasarelas de pago puedan actuar como SEDPE.

La propuesta normativa a expedir debe contener las siguientes temáticas:



Modificar el artículo 3 de la Ley 1734 de 2014 reduciendo el capital mínimo para constituir una SEDPE a una suma equivalente a 1.000 SMMLV.

Tipo de norma que se debería expedir

Ley de la República

Autoridades responsables de gestionar las actividades para la expedición de la norma

- Congreso de la República
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público

8.8 Declaración de cambio DCIN 83 del Banco de la República

Alcance, aspectos y contenido general de la propuesta normativa

El régimen cambiario exige que toda operación de cambio internacional (pagos realizados y recibidos en moneda extranjera) se haga a través de los operadores del mercado cambiario autorizados o de cuentas de compensación, dentro de los cuales no están las pasarelas de pago.

Dada la dinámica del comercio electrónico se requiere autorizar la canalización de divisas en el comercio electrónico transfronterizo a través de las pasarelas de pago, como operadores del mercado cambiario.

La propuesta normativa a expedir debe contener las siguientes temáticas:

- Incluir dentro de las operaciones de cambio para comercio exterior a los “proveedores de servicios de pago” contemplados en el Decreto 1692 de 2020 para los pagos de bajo valor (específicamente las pasarelas de pago).
- Los documentos aduaneros de la operación de cambio no deben exigir que el titular de la operación (pasarela de pago o “proveedores de servicios de pago”) coincida con la información contenida en los documentos aduaneros.
- Las entidades administradoras de sistemas de pago de bajo valor o que realicen actividades de compensación y/o liquidación de sistemas de tarjetas débito y crédito, deberán suministrar la información de los datos mínimos de la operación de cambio por



servicios, transferencias y otros conceptos (Declaración de Cambio), utilizando el numeral cambiario 1601 para ingresos de divisas y el numeral 2904 para egresos de divisas (CCCE (c), 2021).

- Se autorizan los pagos de importaciones con tarjetas débito o transferencias electrónicas (además de las tarjetas de crédito ya autorizadas).
- Se autorizan los pagos al exterior con tarjetas débito o transferencias electrónicas (además de las tarjetas de crédito).

Tipo de norma que se debería expedir

Circular (modificando la Circular DCIN 83)

Autoridades responsables de gestionar las actividades para la expedición de la norma

Junta Directiva del Banco de la República

8.9 Interoperabilidad Institucional y de los Sistemas Informáticos

Alcance, aspectos y contenido general de la propuesta normativa

En la actualidad existen diferentes entidades del Estado colombiano con funciones de regulación que afectan las operaciones de importación y exportación de productos provenientes del comercio electrónico (por ejemplo, la Dian, el Invima, el ICA, Policía Antinarcóticos, entre otras), motivo por el cual es necesario contar con una única entidad que se encargue de coordinar a todas las entidades del Estado que emitan regulaciones que afecten el comercio electrónico, asegurando que las regulaciones a expedir sean congruentes entre sí y no generen duplicidad de actuaciones a los responsables de la cadena de valor del comercio electrónico.

La propuesta normativa a expedir debe contener las siguientes temáticas:

En desarrollo de la Ley 489 de 1998 señalar que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo será el responsable de coordinar a todas las entidades del Estado que emitan normas o procedimientos que puedan afectar la importación o exportación de productos provenientes del comercio electrónico, de forma que se garantice la expedición de procedimientos y requisitos únicos que eviten la duplicidad de funciones para los



establecimientos de comercio electrónico y los actores privados de los eslabones de la cadena de valor.

Tipo de norma que se debería expedir

Decreto

Autoridades responsables de gestionar las actividades para la expedición de la norma

- MinCIT
- MinTIC
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público
- Ministerio de Defensa Nacional
- Ministerio de Transporte

8.10 Reglamentación de las pasarelas de pago

Alcance, aspectos y contenido general de la propuesta normativa

Dado el papel activo que desempeñan las pasarelas de pago en el recaudo de dinero de las transacciones de comercio electrónico y la relación directa que tienen con el comercio, con las redes procesadoras de pagos y con el sistema financiero se requiere de una reglamentación, en desarrollo del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, que dé seguridad a las operaciones que los consumidores llevan a cabo a través de las pasarelas de pago. Esto bajo el entendido que las operaciones que realizan las pasarelas de pago son actividades conexas a las entidades financieras.

Lo anterior teniendo en cuenta que el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero establece que *“Podrán ser sometidas a la inspección, vigilancia y control de la Superintendencia Bancaria, según lo establezca el Gobierno Nacional mediante normas de carácter general, las entidades que administren los sistemas de tarjetas de crédito o de débito, así como las que administren sistemas de pagos y compensación, a quienes se aplicarán las normas relativas a las compañías de financiamiento comercial en lo que resulte pertinente”* (artículo 325 parágrafo 1).



La propuesta normativa a expedir debe contener las siguientes temáticas:

- Requisitos de carácter jurídico para la constitución legal de las pasarelas de pago como personas jurídicas (tipo de sociedad, socios que pueden conformar la sociedad, inhabilidades o conflictos de intereses, entre otros)
- Requisitos de carácter financiero relacionados con el capital exigido para crear la sociedad, así como el patrimonio mínimo.
- Definición de competencias de las pasarelas de pago.
- Requisitos para garantizar la seguridad y ciberseguridad de las transacciones y de la información de los consumidores.
- Obligación de protección y privacidad de los datos recopilados.
- Sistemas de validación de las operaciones realizadas con los comercios para garantizar la seguridad y calidad de esas operaciones.
- Responsabilidad por mantener índices de siniestralidad controlados ante los comercios que negocian con ellas (SIC, 2021).
- Reportar a la Superintendencia Financiera periódicamente los comercios que se encuentran afiliados a ellos, con fines estadísticos y para la evaluación de los procesos realizados (SIC, 2021).
- Obligaciones de cumplir con las políticas y procedimientos relacionados con la prevención y control del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo.
- Obligación de implementar políticas para la valoración de riesgos bajo las directrices de la Superintendencia Financiera.
- Obligaciones de los administradores (directivos y representante legales) de las pasarelas de pago.
- Pólizas de seguro exigidas para amparar los riesgos de las transacciones que realizan.
- Las pasarelas de pago estarán sujetas a la regulación y control de la Superintendencia Financiera.



- Diferenciación entre las pasarelas de pago reguladas (por este decreto que se propone expedir) y los “proveedores de servicios de pago” previstos en el Decreto 1692 de 2020 que no están bajo el control de la Superintendencia Financiera.

Tipo de norma que se debería expedir

Decreto

Autoridades responsables de gestionar las actividades para la expedición de la norma

Ministerio de Hacienda y Crédito Público

8.11 Propuesta de un proyecto de ley para el comercio electrónico

Sin perjuicio de las propuestas normativas señaladas anteriormente, se plantea la posibilidad de proyectar en el mediano plazo una ley general para el comercio electrónico, incluyendo los diferentes eslabones de la cadena de valor. Esta ley tendría los siguientes propósitos:

1. Compilar en una sola ley diferentes aspectos del comercio electrónico que hoy en día se encuentran regulados en diferentes leyes o decretos.
2. Mantener la vigencia de los aspectos contenidos en la Ley 527 de 1999, recogiendo en la nueva ley los artículos vigentes de la Ley 527.
3. Incorporar aquellos aspectos de necesidades de reformas normativas señalados en los numerales anteriores de este capítulo.
4. Expedir normas para la promoción y expansión del comercio electrónico.

Este proyecto de ley estaría bajo la responsabilidad del MinTIC, MINCIT, Ministerio de Trabajo y Ministerio de Hacienda y Crédito Público.



Tabla 25. Propuesta de proyecto de ley para el comercio electrónico

Materia	Temas por incluir
Marco Institucional para la promoción del comercio electrónico	<ul style="list-style-type: none">• Crear una institucionalidad para coordinar todas las actividades del comercio electrónico y su promoción• Señalar las competencias de las entidades públicas del Estado responsables de la promoción del comercio electrónico.
Validez jurídica a las operaciones de comercio electrónico	<ul style="list-style-type: none">• Validez de los mensajes de datos (EDI)• Firmas digitales• Entidades de certificación• Principio de equivalencia funcional• Validez a los contratos inteligentes (<i>Smart contracts</i>)
Comercio electrónico en materia de transporte de mercancías ¹²	<ul style="list-style-type: none">• Indicación de las marcas, el número, la cantidad o el peso de las mercancías.• Declaración de la naturaleza o valor de las mercancías.• Emisión de un recibo por las mercancías.• Confirmación de haberse completado el embarque de las mercancías.• Notificación a alguna persona de las cláusulas y condiciones del contrato.• Comunicación de instrucciones al transportador.• Reclamación de la entrega de las mercancías.• Notificación de la pérdida de las mercancías o de los daños que hayan sufrido.• Cualquier otra notificación o declaración relativas al cumplimiento del contrato.

¹² Se incluye expresamente por ser una recomendación de la Ley modelo de comercio electrónico de CNUDMI (Comisión de las Naciones Unidas para el Desarrollo Mercantil Internacional, 1996).



Materia	Temas por incluir
	<ul style="list-style-type: none">• Promesa de hacer entrega de las mercancías a la persona designada o a una persona autorizada para reclamar esa entrega.• Concesión, adquisición, renuncia, restitución, transferencia o negociación de algún derecho sobre mercancías.• Adquisición o transferencia de derechos y obligaciones con arreglo al contrato.
Medios de pago	<ul style="list-style-type: none">• Flexibilizar requisitos para redes de pago de bajo valor, permitiendo actores diferentes al sistema financiero tradicional• Fijar un capital mínimo de las SEDPES en 1.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.• Autorizar medios de pago alternativos, como códigos QR, billeteras virtuales y datáfonos personales• Regular la canalización de divisas para las pasarelas de pago o medios de pago innovadores (<i>Fintech</i>)
Protección del consumidor	<ul style="list-style-type: none">• Derecho a la información correcta y veraz de los bienes y servicios transados• Garantía legal de los productos del comercio electrónico• Derecho de retracto y de reversión de pagos• Obligación de dar servicio postventa a los clientes• Fijar protocolos de seguridad en las operaciones electrónicas para seguridad de los datos y de los pagos (SIC)• Fijar características de los consumidores online en diferencia consumidores offline• Protección al consumidor y <i>habeas data</i>• Vigilar el cumplimiento de las obligaciones para el Registro Nacional de Bases de Datos y acuerdos de



Materia	Temas por incluir
	<p>reconocimiento o colaboración con sus pares en el exterior para protección de datos transfronterizos</p> <ul style="list-style-type: none">• Garantizar los derechos de los consumidores y deberes de terceros para garantizar la seguridad de las transacciones en línea• Vigilar entidades certificadoras de firma digital• Publicidad de los vendedores que respeten y garanticen los derechos de los usuarios
Apropiación digital	<ul style="list-style-type: none">• Incluir función del MinTIC para garantizar la apropiación y educación digital para el comercio electrónico con el fin de promover su uso en el país
Plataformas colaborativas	<ul style="list-style-type: none">• Habilitar el uso de plataformas de la economía colaborativa y de pequeños encargos (<i>Gig Economy</i>) para el comercio electrónico• Promoción de una libre y sana competencia con las industrias tradicionales• Promover el uso de las plataformas como acciones que protegen la conservación del medio ambiente al prescindir, por ejemplo, de muchos establecimientos físicos
Régimen laboral y de seguridad social	<ul style="list-style-type: none">• Regular lo referente a los derechos de los trabajadores de plataformas colaborativas y el pago de aportes a la seguridad social (ver proyectos de ley al respecto).
Aduanas	<ul style="list-style-type: none">• Flexibilizar el régimen de aduanas para unidad de criterios entre organismos y para exportaciones temporales• Actualizar la política de mínimos valores (MINIMIS) para los envíos postales, de acuerdo con estándares de la OCDE• Definición de criterios para los envíos que no constituyen expediciones comerciales



Materia	Temas por incluir
Logística	<ul style="list-style-type: none">• Otorgar habilitación general (sin necesidad de concesión o autorización) para operadores postales que realicen comercio electrónico.• Permitir la entrega de paquetes 24 horas, sin regulaciones de horarios (operadores postales)• Obligar el uso del código postal en el comercio electrónico por parte de los consumidores al momento de hacer una compra de comercio electrónico.• Reducir trámites para el ingreso o salida del país de paquetes de bajo valor• Reducir los costos en los envíos de tránsito aduanero (cabotaje)
Nuevas tecnologías	<ul style="list-style-type: none">• Promover el uso para entidades del Estado (<i>big data</i>, inteligencia artificial, Internet de las Cosas) y de tecnologías avanzadas en los trámites asociados al comercio electrónico.• Permitir uso de equipos tecnológicos para la entrega de paquetes (Ej. Drones).
Sistema de información monetaria y no monetaria para definir políticas públicas	<p>Para hacer seguimiento a las estadísticas de la cadena de valor, los diferentes agentes de la cadena de valor del comercio electrónico deben entregar al MinTIC información referente a:</p> <ul style="list-style-type: none">• Accesos a portales de compra (nacionales y en el exterior).• Compras efectivas en el comercio electrónico (discriminadas por productos o servicios).• Métodos o sistemas de pago utilizados por los compradores.• Tiempos de entrega.• Reclamos postventa.• Otros



Materia	Temas por incluir
	El incumplimiento de esta obligación se tendrá como un incumplimiento a las obligaciones generales de los comerciantes
Acuerdos comerciales o de libre comercio	Ninguna de las normas de la nueva ley puede ir en contra de lo establecido en los diferentes acuerdos de libre comercio (TLC) para el intercambio fronterizo de bienes y servicios mediante el comercio electrónico

Fuente: Elaboración y análisis U.T. TelBroad-Interlat

Los anteriores son los temas que podrían ser parte de un proyecto de ley general de comercio electrónico, con el fin de abordar las principales temáticas que hoy en día demandan una atención desde el punto de vista legislativo y que se han venido discutiendo de tiempo atrás en diferentes instancias del sector público y privado.



9 Retos jurídicos relacionados a cada uno de los actores de la cadena de valor del comercio electrónico

Una vez revisados los obstáculos al comercio electrónico y las necesidades de reforma normativa, se presentan a continuación los retos jurídicos relacionados con cada uno de los actores de la cadena de valor del comercio electrónico, en donde se presenta en mayor detalle las reformas normativas propuestas para la promoción del comercio electrónico, la problemática que se pretende solucionar con esa reforma normativa, los diferentes retos jurídicos que demanda la expedición de esas nuevas normas y los actores de la cadena de valor involucrados en la expedición de las nuevas normas.

Un aspecto para destacar es la variedad de normas y de actores, tanto públicos como privados, involucrados en las reformas normativas requeridas para la promoción del comercio electrónico, lo cual hace que los retos jurídicos sean mayores, pues se requiere la coordinación de diferentes instancias la expedición de dichas normas.

Los retos jurídicos están referidos a los obstáculos o barreras que hay que lograr superar para que las normas propuestas sean una realidad.

Como se presenta en la siguiente tabla las entidades del Estado relacionadas con las reformas normativas son variadas, pasando por el Congreso de la República, Ministerios, entidades técnicas como la CRC o Superintendencias y también los actores del sector privado directamente afectados o beneficiados con estos ajustes normativos. En todo caso, lo que se busca con los retos jurídicos propuestos es la promoción del comercio electrónico y la actuación coordinada de las diferentes entidades vinculadas a los mismos.



Tabla 26. Retos jurídicos relacionados a cada uno de los actores de la cadena de valor del comercio electrónico

Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
<p>Requisitos para las reversiones de los pagos de los usuarios del comercio electrónico en el eslabón Gestión de Pagos y Postventa</p>	<p>Regular las condiciones para las reversiones de los pagos del comercio electrónico, previstas en el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011 de manera que se eviten que los consumidores soliciten la reversión del pago por motivos diferentes a los establecidos para tal fin.</p> <p>Hoy en día con una llamada del consumidor a su entidad financiera se puede reversar el pago, sin que la entidad verifique si efectivamente el usuario recibió o no el producto objeto comprado. Esto ha llevado a operaciones fraudulentas de los usuarios, pues a pesar de recibir el producto en óptimas condiciones solicitan las reversiones de los pagos</p>	<p>Concertar, mediante argumentos y cifras, con la Superintendencia de Industria y Comercio acerca de la necesidad de reglamentar las reversiones de pagos por la devolución de productos defectuosos o no solicitados, demostrando las acciones fraudulentas adelantadas por los consumidores del comercio electrónico</p>	<ul style="list-style-type: none">• Ministerio de Comercio, Industria y Turismo• Ministerio de Hacienda y Crédito Público• Superintendencia de Industria y Comercio• Superintendencia Financiera• Cámara Colombiana de Comercio Electrónico



Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
	<p>realizados perjudicando las finanzas de los portales de compra.</p> <p>El Decreto 587 de 2016 (contenido en el Decreto 1074 de 2015) establece que la sola afirmación del consumidor de haber devuelto el producto es suficiente para la reversión del pago, lo cual resulta inequitativo para el portal de compras, pues para cualquier reclamo el portal de compras debe acudir a la autoridad jurisdiccional correspondiente (que es la SIC).</p>	<p>Identificar los criterios objetivos a tener en cuenta para lograr la reversión del pago, de manera que se proteja al consumidor, pero que haya un balance frente a las empresas que venden por comercio electrónico sin que estas sean sujeto de actos fraudulentos por parte de los consumidores.</p> <p>Esos criterios deben apuntar, por ejemplo, a aprobar la devolución del producto defectuoso previo a la reversión del pago.</p> <p>Sustentar técnica y financieramente la necesidad de la reforma normativa bajo el entendido que no se están menguando los derechos de los consumidores, sino por el contrario, fortaleciendo el comercio electrónico</p>	<ul style="list-style-type: none">• Asociaciones de consumidores• Ministerio de Comercio, Industria y Turismo• Superintendencia de Industria y Comercio• Cámara Colombiana de Comercio Electrónico• Superintendencia de Industria y Comercio



Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
		<p>seguro y confiable de manera que las empresas puedan seguir ofreciendo sus productos por este canal de ventas.</p> <p>Para ello se deben presentar cifras sobre los fraudes que ha recibido el comercio.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Cámara Colombiana de Comercio Electrónico• Confederación Colombiana de Consumidores• Asociaciones de usuarios



Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
<p><i>Marketplaces</i> en el eslabón Acceso al Portal de Compras</p>	<p>La regulación actual en materia de protección del consumidor regula a los portales de comercio electrónico o tiendas <i>online</i>, dentro de las cuales cabe el concepto de <i>marketplaces</i> o portales de contacto, por lo que es necesario precisar las responsabilidades en cabeza de los <i>marketplaces</i> que no están domiciliados en Colombia. Estas plataformas online, que congregan a diferentes vendedores que ofrecen diversos productos y servicios a potenciales compradores, no asumen una responsabilidad directa frente al consumidor por encontrarse fuera del país. Sin embargo, en algunas ocasiones el <i>Marketplace</i> es el responsable de la gestión de los</p>	<p>Dado que algunos <i>Marketplaces</i> no están domiciliados o no tienen presencia en Colombia, la SIC debe adelantar acciones de cooperación con sus pares en el exterior (autoridades de protección a los consumidores) para generar mecanismos de cooperación que permitan el cumplimiento en el exterior de las sanciones impuestas en Colombia.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Ministerio de Comercio, Industria y Turismo• Superintendencia de Industria y Comercio



Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
	pagos y de la logística para el envío de los productos al consumidor final, por lo que debería asumir responsabilidades frente a éste en caso de incumplimientos en la entrega de los productos, así como fraudes y en general cualquier incumplimiento a los deberes de ley o los pactados en el contrato.	Crear mecanismos de concertación entre las partes (SIC, <i>marketplaces</i> , tiendas <i>online</i> , <i>otros</i>) para que haya una efectiva definición de responsabilidades ante el usuario, señalando, por ejemplo, en qué casos responde la tienda <i>online</i> y en qué casos responde el <i>marketplace</i> .	<ul style="list-style-type: none">• Superintendencia de Industria y Comercio• Asociaciones de usuarios
Sistema de información monetaria y no monetaria, transversal a toda la cadena de valor	Actualmente Colombia no cuenta con un Sistema de Información Único para estadísticas del comercio electrónico, que permita el contar con información actualizada para la toma de decisiones y elaboración de política pública. El CONPES 4012 de 2020 establece como una línea de acción el “Diseño e implementación de un sistema de información de comercio	Acordar con la Superintendencia de Sociedades la imposición de multas para los actores de la cadena de valor del comercio electrónico que no reporten la información requerida, teniendo dicha conducta como un incumplimiento a las obligaciones de los comerciantes Definir mecanismos jurídicos que obliguen a los portales de compra, medios de pago y operadores logísticos para el reporte de la información	<ul style="list-style-type: none">• Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones• Superintendencia de Sociedades• Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones



Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
	<p>electrónico” para generar estadísticas, indicadores y mediciones relativas al comercio electrónico para apoyar la toma de decisiones públicas y privadas, que permita garantizar la producción continua de información estadística en el país respecto al comercio electrónico y proporcione insumos que sirvan de base en la implementación de un sistema de información.</p> <p>El Decreto 1064 de 2020 faculta al MinTIC para adelantar actividades de formulación, promoción y seguimiento para la definición de la política pública del comercio electrónico.</p>	<p>requerida, estableciendo las sanciones por el incumplimiento.</p> <p>Definir la entidad responsable de administrar el Sistema de Información y la validación de la información reportada, precisando:</p> <p>¿Quién sanciona el no reporte? ¿Consecuencias o sanciones por no reportar? ¿Quién valida y analiza la información reportada?</p>	<ul style="list-style-type: none">• DANE• Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones• DANE



Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
	Por ello, es necesario contar con un sistema de información estadística del comercio electrónico para poder definir la política pública, por lo que se requiere que los actores reporten la información en materia.		
Elevar el MINIMIS a estándares internacionales, en el eslabón de gestión de pagos.	El art. 428 del Estatuto Tributario (previo a la reforma de 2021) establecía que no causaban el impuesto sobre las ventas <i>“la importación de bienes objeto de tráfico postal, envíos urgentes o envíos de entrega rápida, cuyo valor no exceda de doscientos dólares USD\$200 a partir del 1° de enero de</i>	Llegar a acuerdos con los países que han suscrito TLC con Colombia proponiendo la reducción o eliminación de los aranceles a los principales productos vendidos mediante comercio electrónico originarios de Colombia cuando estos lleguen al país de destino, realizando un estudio que defina esos productos	<ul style="list-style-type: none">• Ministerio de Comercio, Industria y Turismo• Departamento Nacional de Planeación• DIAN



Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
	<p>2017", con lo cual se promovía el acceso al comercio electrónico en el exterior, pues el usuario no pagaba el IVA de 19% sobre productos importados cuyo valor fuera inferior a los USD 200.</p> <p>El objetivo de la propuesta es subir ese valor a una suma por encima de los USD 500, bajo los estándares internacionales de la OCDE para promover el comercio electrónico transfronterizo.</p> <p>Sin embargo, la Ley 2155 del 14 de septiembre de 2021 deja la exclusión únicamente para los productos provenientes de los países con los cuales Colombia haya negociado un Tratado de Libre Comercio, en donde se haya</p>	<p>Lograr que el MINIMIS vigente, contenido en el artículo 428 del estatuto tributario (artículo 53 de la Ley 2155 de 2021) se aplique para las importaciones provenientes de cualquier país y se eleve el valor autorizado por encima de los USD 200.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Congreso de la República• Ministerio de Hacienda y Crédito Público• Ministerio de Comercio, Industria y Turismo



Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
	<p>establecido esa exclusión (USA y Corea del Sur).</p> <p>Entonces, la citada ley 2155 en lugar de elevar el MINIMIS lo limitó ostensiblemente, pues solo lo dejó vigente para USA y Corea del Sur (dejando el mismo valor en 200 USD).</p>		



Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
Incentivar el uso de nuevas tecnologías, vía regulación o <i>sandbox</i> regulatorio, para el despliegue logístico de entrega de paquetes postales en el eslabón de logística	Con la expedición de la Ley 1978 de 2019, la CRC es la responsable de regular la prestación de los servicios postales, los cuales cuentan con regulación expedida previamente por el MinTIC (responsable de la regulación previo a la Ley 1978) referente a los tiempos de entrega de los objetos postales y a los mecanismos para esas entregas al usuario final. Dado el desarrollo tecnológico e innovación, se pretende mayor agilidad y eficiencia en la entrega de paquetes (objetos postales) del comercio electrónico, mediante el uso de nuevas tecnologías como drones o sistemas de inteligencia artificial, previos análisis en <i>sandbox</i> regulatorios si es necesario.	Para probar la innovación con esas tecnologías avanzadas y emergentes, la CRC puede hacer seguimiento a las pruebas o <i>sandbox</i> regulatorio con los operadores postales interesados, de manera que en un lapso de 12 meses se verifiquen los beneficios del uso de esas nuevas tecnologías para la rapidez en la entrega de los objetos postales originados en el comercio electrónico. Por ello se requiere sustentar ante la CRC los beneficios de crear una nueva resolución para <i>sandbox</i> postales tendientes a disminuir los tiempos de entrega de los objetos postales	<ul style="list-style-type: none">• Comisión de Regulación de Comunicaciones• Cámara Colombiana de Comercio Electrónico• ANDI• FENALCO
		Llegar a una concertación (jurídica, técnica y/o económica, como mínimo) entre la CRC, el MinTIC y los operadores postales para el uso de tecnologías avanzadas y emergentes en la entrega de objetos postales.	<ul style="list-style-type: none">• Comisión de Regulación de Comunicaciones• Ministerio TIC



Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
	La finalidad es la entrega de los objetos postales, provenientes del comercio electrónico, en plazos muy rápidos para el usuario.	Lograr que los operadores postales adopten y se apropien de los beneficios regulatorios por la realización de <i>sandbox</i> postales tendientes a disminuir tiempos de entrega de objetos postales mediante el uso de tecnologías avanzadas y emergentes, siendo los promotores de este tipo de iniciativas ante la CRC.	<ul style="list-style-type: none">• ANDI• FENALCO Estas dos últimas agremian a los operadores postales <ul style="list-style-type: none">• Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones• CRC• Operadores postales
Disminuir el capital para la constitución de una SEDPE	El artículo 3 de la Ley 1734 de 2014 (por la cual se dictan medidas tendientes a promover el acceso a	Lograr disminuir el monto del capital mínimo para constituir una SEDPE en	<ul style="list-style-type: none">• Congreso de la República



Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
	<p>los servicios financieros transaccionales y se dictan otras disposiciones) establece que: <i>“El capital mínimo que deberá acreditarse para solicitar la constitución de las sociedades especializadas en depósitos y pagos electrónicos será de cinco mil ochocientos cuarenta y seis millones de pesos (\$5.846.000.000). Este monto se ajustará anualmente en forma automática en el mismo sentido y porcentaje en que varíe el índice de precios al consumidor que suministre el DANE. El valor resultante se aproximará al múltiplo en millones de pesos inmediatamente superior. El primer ajuste se realizará en enero de 2015, tomando como base la variación del</i></p>	<p>Colombia, presentando las ventajas de contar con más SEDPE en el país.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones• Ministerio de Comercio, Industria y Turismo• Ministerio de Hacienda y Crédito Público



Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
	<p><i>índice de precios al consumidor durante 2014”.</i></p> <p>Por lo que, el capital mínimo para el año 2021 es de \$ 7.750.000.000, suma que se considera elevada para que las pasarelas de pago puedan actuar como SEDPE.</p>		
Papel de la DIAN en materia de Aduanas	En la actualidad la DIAN realiza funciones de recaudo tributario y, además, funciones de Aduana para la importación y exportación de productos en el país, lo que impide que se especialice en las funciones aduaneras para el cumplimiento de los acuerdos de intercambio transfronterizo de bienes y servicios.	<p>Analizar la viabilidad legal y técnica de contar con una entidad especializada exclusivamente en el régimen de aduanas (sin incluir impuestos), de manera tal que esa entidad se encargue también de promover la importación y exportación de bienes y servicios.</p> <p>Para ello se requiere, previamente adelantar un estudio técnico y legal (tipo CONPES) que analice la viabilidad y las ventajas/desventajas de escindir las tareas del tema de impuestos y las</p>	<ul style="list-style-type: none">• Departamento Nacional de Planeación• Ministerio de Hacienda y Crédito Público



Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
		del tema de aduanas, podría ser en dos entidades o áreas diferentes.	
Expedir un proyecto de ley para la promoción, reglamentación y validez del comercio electrónico, transversal a toda la cadena de valor	La Ley 527 de 1999 es una ley cuya finalidad primordial es dar validez jurídica a las operaciones de comercio electrónico, pero su finalidad no es la promoción del comercio electrónico, por lo que se considera pertinente una ley general que cree un marco institucional para la promoción del comercio electrónico igualmente para recoger en un solo cuerpo normativo las diferentes normativas que hoy en día existen a través de diferentes leyes o decretos. Una ley general de comercio electrónico resultaría pertinente para contar con herramientas que no solo den validez a las actuaciones, sino que sirvan para	Concertar entre los diferentes actores de cada uno de los eslabones de la cadena de valor del comercio electrónico Presentar una iniciativa legislativa para un proyecto de ley general de comercio electrónico, cuyo propósito fundamental sea: 1. Contar con un marco institucional 2. Promover el comercio electrónico en todos sus eslabones de la cadena de valor 3. Dar validez jurídica a las operaciones 4. Reglamentar aquellos aspectos mínimos antes referenciados (en los puntos anteriores de esta tabla)	<ul style="list-style-type: none">• Congreso de la República• MinCIT, MinTIC, MinHacienda• DNP• DANE• Cámara Colombiana de Comercio Electrónico• ANDI• FENALCO• ALIANZA IN



Temática con necesidad de reforma normativa / Ubicación en la cadena de valor	Problemática por solucionar	Retos Jurídicos	Actores de la cadena de valor involucrados
	promover la expansión del comercio electrónico	Se debe convencer a los actores públicos y privados de la cadena de valor del comercio electrónico de los beneficios e importancia de contar con una ley general de comercio electrónico sin temor a generar obstáculos al desarrollo del comercio electrónico en el país.	

Fuente: Elaboración y análisis U.T. TelBroad-Interlat



Los anteriores retos jurídicos recogen los análisis normativos contenidos al inicio del presente documento, así como los obstáculos identificados al comercio electrónico aún vigentes y las necesidades de reforma, reconociendo que de tiempo atrás en el Congreso de la República han sido objeto de análisis diferentes proyectos de ley (más de 50 proyectos de ley desde 2018) relacionados con el comercio electrónico buscando la reglamentación o la promoción de ciertos aspectos, siendo a la fecha la tendencia general el archivo de esos proyectos de ley, dada la incertidumbre que generan estos temas, bien sea porque entran en competencia con industrias tradicionales establecidas o por desconocimiento de los aspectos técnicos o de mercado que los diferente temas conllevan.



10 Conclusiones y recomendaciones

Desde el punto de vista jurídico, el comercio electrónico hace parte de las actividades de libre comercio o empresariales que la Constitución Política y el Código de Comercio reconocen y avalan en Colombia, bajo los principios de libertad empresarial y cumplimiento de una función social. Por ello, independiente de la existencia de una ley de comercio electrónico, las actividades u operaciones de compra y venta de bienes y servicios por Internet están reconocidas en Colombia por la Constitución y la Ley.

Sin embargo, para dar una mayor certeza jurídica y plena validez a las operaciones del comercio electrónico, la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) recomendó desde el año 1996 la expedición de una ley de comercio electrónico; recomendación que fue adoptada por Colombia mediante la Ley 527 de 1999, siguiendo la ley modelo de la CNUDMI (recomendación aún vigente y que sigue siendo adoptada por diferentes países).

Es por ello, que la Ley 527 de 1999 tiene como propósito fundamental dar validez y certeza jurídica a las operaciones del comercio electrónico, lo cual contribuye a su promoción entre los comerciantes y entre los mismos usuarios. La Ley 527 de 1999 se ocupa, principalmente, de dar validez jurídica a la firma digital y a las operaciones de comercio electrónico, sin ser una ley diseñada expresamente para promover ese comercio ni para eliminar obstáculos que impiden la expansión de este.

Desde el punto de vista normativo, además de la Ley 527 de 1999, las normas que hacen referencia expresa al comercio electrónico son (i) la Ley 1480 de 2011 para establecer los derechos de los usuarios del comercio electrónico, de manera que estos tengan mecanismos efectivos para reclamar antes posibles fallas o fraudes en este tipo de ventas; (ii) La Ley 1955 de 2019 o Ley del Plan Nacional de Desarrollo que consagra normas para la promoción del comercio electrónico, buscando alcanzar metas en la masificación de este tipo de comercio, dentro de la política de transformación digital del Gobierno 2018-2022; (iii) el Decreto 1064 de 2020 que expresamente le asigna al Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y al Viceministro de Transformación Digital funciones para articular una política pública encaminada a la promoción del comercio electrónico en Colombia (lo cual se ve plasmado en el Plan TIC 2018-2022).

En ese marco de transformación digital y de promoción del comercio electrónico, en los años 2019 y 2020 se expedieron una serie de documentos CONPES que apuntan, directa o



indirectamente, a promocionar el comercio electrónico mediante el desarrollo de diferentes líneas de acción que pretenden remover obstáculos para un comercio electrónico ágil y eficiente y para generar confianza en los consumidores y en las empresas al momento de comprar por Internet.

Una radiografía del marco normativo del comercio electrónico es abordada en el documento CONPES 4012 del 30 de noviembre de 2020 (Política Nacional de Comercio Electrónico), al establecer que:

El marco regulatorio del comercio electrónico, entendido como el conjunto de leyes y sus decretos reglamentarios, pronunciamientos administrativos y sentencias judiciales ha venido adaptándose al surgimiento de nuevas tecnologías. De hecho, la normativa colombiana se encuentra dentro de las más completas en materia de comercio electrónico a nivel mundial. El país cuenta con leyes que abordan el comercio electrónico, protección al consumidor, privacidad y leyes contra el crimen cibernético. Si bien es cierto que en Colombia el marco normativo para el comercio electrónico es adecuado y responde a las necesidades actuales, esto no es suficiente.

A medida que avanza la masificación y el uso de las plataformas de comercio en línea para atender las necesidades de consumo en el marco de las medidas sanitarias y de distanciamiento social, se evidencian también fallas dentro de la cadena de valor del comercio electrónico representadas en un aumento de las quejas de los usuarios así como un incremento en las sanciones administrativas relacionadas con incumplimiento del Estatuto del consumidor (Ley 1480 de 2011) y con el régimen de protección de datos personales (Ley 1581 de 2012).

Como lo reconoce el documento CONPES 4012, Colombia cuenta con diferentes leyes, decretos, resoluciones y hasta sentencias judiciales que, directa o indirectamente, promueven el comercio electrónico y avalan sus operaciones; inclusive las mismas recomendaciones de la OCDE ya se han venido implementando en el país desde tiempo atrás, pues (quizá excepto en materia ambiental) Colombia cuenta con normas para los lineamientos que la OCDE recomienda en su documento.

Sin embargo, el mismo documento CONPES 4012 de 2020 ordena adelantar un análisis respecto a la necesidad de un nuevo marco normativo para responder a los nuevos desafíos, actores y tecnologías relacionadas con el comercio electrónico (basado en las mejores prácticas internacionales en materia regulatoria, así como de las posibles normas a modificar y, si es el caso, propuesta y camino de modificación, que permita impulsar la



cadena de valor del comercio electrónico en temas de interoperabilidad, almacenaje, bodegaje, trámites aduaneros y comercio transfronterizo, zonas francas, entre otros)¹³.

Adicionalmente, existen los otros documentos CONPES, referidos a logística, ciberseguridad, transformación digital inclusión financiera que impactan directamente en los eslabones de la cadena de valor del comercio electrónico, más aún cuando esos documentos han ordenado la revisión y emisión de nuevas normativas que estarán relacionadas con los eslabones de la cadena de valor. De esta forma, las acciones previstas en los documentos CONPES expedidos a lo largo de 2019 y 2020 han removido gran parte de las barreras u obstáculos que estudios previos, como el de la CRC, el BID o el Observatorio eCommerce, habían identificado, con lo cual se logrará una mayor expansión del comercio electrónico en el país.

Sin embargo, las normas que se expidan como consecuencia de esos documentos CONPES también seguirán incrementando el acervo normativo que rige el comercio electrónico en el país, con lo cual la dispersión normativa referida será aún mayor.

Visto lo anterior, se podría concluir que, si bien es cierto se asocia la Ley 527 de 1999 al comercio electrónico, no es menos cierto que en Colombia existe una dispersión normativa (leyes, decretos y resoluciones) en la materia, por lo que se puede señalar que la Ley 527 de 1999 fue la primera norma expresa en materia de validez jurídica para actos de comercio electrónico, pero que existen otras normas que complementan las actuaciones del comercio electrónico.

Es así como, el marco normativo vigente respecto a la economía digital en general, y el comercio electrónico en particular, debe estar en constante revisión y adaptación por las diferentes tendencias que van surgiendo día a día, motivo por el cual el Observatorio eCommerce deberá continuamente estar analizando y monitoreando los cambios normativos (por ejemplo, anualmente), asociados a:

- Los impactos de los nuevos actores, alrededor de la digitalización, permiten nuevos modelos de negocio (por ejemplo, Netflix en servicios por suscripción, Uber en el sector de transporte de pasajeros; o banca electrónica versus oficinas bancarias en sector financiero);

¹³ Estudio normativo que en la actualidad está adelantando el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.



- El sector logístico y postal (última milla) no será ajeno a los impactos de nuevos modelos de negocio y las necesidades de sus consumidores, soportados en el uso de nuevas tecnologías de 4RI, como *Blockchain* e inteligencia artificial para la organización logística de los paquetes del comercio electrónico o el uso de drones para entrega de paquetes, entre otras.
- Es necesario revisar las regulaciones asociadas a los temas de aduanas (importaciones y exportaciones de mercancías – tráfico postal y envíos urgentes principalmente), pues a pesar de existir regulación al respecto (como se presentó en el resumen de las principales normas asociadas al comercio electrónico), existen particularidades propias del comercio electrónico que se ven obstaculizadas por el cumplimiento al régimen aduanero, situación por la cual – como se presenta más adelante – es necesaria una regulación propia para el comercio electrónico en esta materia.
- Se requiere una regulación asociada a los pagos en línea y a pasarelas de pago en consonancia con el decreto sobre sistemas de pagos de bajo valor, con el fin de fortalecer la expansión de los medios de pagos digitales dando seguridad jurídica a los intervinientes en esas transacciones y aumentando la confianza del consumidor y empresas que tienen canales de venta en línea.

En resumen, la Ley 527 de 1999 principalmente contiene tendencias a otorgar validez jurídica a las operaciones de comercio electrónico, pero no contiene normas para promover el desarrollo del mismo en el país, siendo necesario un constante y permanente análisis para impulsar la expedición de normas que realmente apoyen la masificación del comercio electrónico en el país.

Para ello es necesario contar con un sistema institucional articulado y/o liderado por el Estado para actividades de promoción del comercio electrónico, en el cual, el MinTIC bajo lo previsto en el Decreto 1064 de 2020, cuente con políticas articuladas para los diferentes eslabones de la cadena de valor del comercio electrónico, pues en las operaciones de este comercio intervienen diferentes agentes que actúan de forma transversal a la economía del país y que están bajo la regulación y vigilancia de diferentes entidades del Estado (comercios, medios de pago, empresas logísticas, *call centers*, etc.).



De manera concreta, se hacen las siguientes recomendaciones de tipo normativo para el comercio electrónico:

1. Colombia tiene una amplia y dispersa reglamentación del comercio electrónico. El país cuenta con leyes, decretos, resoluciones y circulares que abordan el comercio electrónico, protección al consumidor, privacidad y leyes contra el crimen cibernético. Si bien es cierto que en Colombia el marco normativo para el comercio electrónico ha sido adecuado y ha respondido a las necesidades del momento, se recomienda analizar la conveniencia para expedir un nuevo marco normativo integral, principalmente para reforzar las medidas en materia de protección de los consumidores, pues existe un alto grado de desconfianza en la ejecución de las compras por Internet, especialmente al momento de hacer pagos *online*.

Es clave las campañas de promoción de la seguridad digital que debe adelantar la Superintendencia de Industria y Comercio, así como los acuerdos que está adelantando con los grandes *marketplaces* para la seguridad de las operaciones del comercio electrónico.

Se propone que el Observatorio eCommerce adelante una investigación, con los actores de la cadena de valor, para identificar los aspectos a incluir en un nuevo marco normativo o en una ley general para el comercio electrónico y la viabilidad de su implementación teniendo en cuenta que estos actores conocen de primera mano las problemáticas del sector del comercio electrónico.

2. Los principales obstáculos al comercio electrónico en Colombia están asociados a factores económicos, tecnológicos, normativos y socio culturales que impiden una real masificación de este tipo de comercio en el país. Por ello, es necesario adelantar no solo ajustes normativos, sino también políticas públicas para superar las brechas digitales asociadas al acceso a la banda ancha y a la bancarización o medios alternativos de pago.

La principal medida normativa debe estar encaminada a la generación de confianza por parte del consumidor, para lo cual es fundamental robustecer las medidas en materia de protección de los datos personales y de seguridad de la información en las transacciones electrónicas al momento de hacer los pagos *online*.

Igualmente se deben adelantar *Sandbox* Regulatorios para promocionar el ingreso de nuevas tecnologías asociadas al comercio electrónico, como el uso de drones o



cripto monedas, con el fin de analizar el impulso que estas puedan dar a la masificación del comercio electrónico en el país.

Por lo anterior, es fundamental el cumplimiento de las líneas de acción previstas en los documentos CONPES del año 2020 para el comercio electrónico, la logística, la seguridad digital y la inclusión financiera, principalmente. En ese sentido, se propone como una investigación que debe adelantar el Observatorio eCommerce, en el corto o mediano plazo, que haga seguimiento a cada una de las líneas de acción previstas en los documentos CONPES para la promoción y el fortalecimiento del comercio electrónico en cada uno de los eslabones de la cadena de valor.

3. El Congreso de la República viene estudiando importantes proyectos de ley asociados al comercio electrónico (*Fintech*, plataformas colaborativas, impuestos digitales, etc.) que pueden promover el uso del comercio electrónico. En ese sentido es clave que el MinTIC y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo hagan un constante seguimiento a esos proyectos de ley a fin de promocionar la expansión del comercio electrónico y evitar normas que coloquen obstáculos al comercio electrónico en el país.

De igual manera, el Observatorio eCommerce, en el corto o mediano, puede tener dentro de su agenda de investigaciones un seguimiento permanente a esos proyectos de ley y la elaboración de contribuciones al Congreso de la República.

4. Es fundamental la acción de la Superintendencia de Industria y Comercio para generar confianza en los consumidores del comercio electrónico. Por ello, es clave que la Superintendencia este monitoreando constantemente los portales de compra para garantizar acciones de libre competencia y de seguridad en favor del consumidor.

En ese sentido, la firma de acuerdos de cooperación con los grandes *marketplaces* o *retailers* es un mecanismo efectivo para generar confianza en el consumidor.

5. Con el fin de contar con elementos estadísticos que permitan elaborar una correcta política pública para promover el comercio electrónico, el MinTIC, con el apoyo del DANE, debe contar con un robusto Sistema de Información (a ser implementado por el MinTIC en 2022) que permita medir las acciones, las compras, las ventas y los tiempos de entrega de los productos provenientes del comercio electrónico.



Se recomienda que ese Sistema de Información esté alimentado por la Encuesta Nacional en TIC que adelanta el DANE cada año y por las propias encuestas que elabore el Observatorio eCommerce a partir del 2022.

6. Estructurar, a partir de 2022, bajo el liderazgo del Observatorio eCommerce, un proyecto de ley para el comercio electrónico, en asocio con los actores públicos y privados de los diferentes eslabones de la cadena de valor. Este proyecto de ley debe tener como finalidad la recopilación, en una sola norma, de toda la normatividad existente para el comercio electrónico, obviamente recogiendo el contenido de la Ley 527 de 1999 para dar validez jurídica a las operaciones de comercio electrónico y, por otra parte debe tener como finalidad la expedición de normas para la promoción y expansión del comercio electrónico, creando una institucionalidad que se ocupe de liderar a nivel nacional e internacional la promoción del comercio electrónico, sin pretender crear un marco regulatorio que limite los nuevos desarrollos tecnológicos ni que imponga nuevas cargas a los actores de la cadena de valor.



11 Bibliografía

- AMI (a). (2019). *Estudio sobre barreras al comercio electrónico en la Alianza del Pacífico. Análisis área logística Colombia*.
- AMI. (2019). *Estudio sobre las barreras al comercio electrónico en la Alianza del Pacífico. Análisis de medios de pago*. BID. Recuperado el 19 de octubre de 2019
- Araujo Ibarra Consultores Internacionales. (27 de noviembre de 2019). *Prospectiva para el comercio electrónico en Colombia*. Bogotá D.C.:
- Banco Mundial. (2018). *The global fidex database 2017*. (B. Mundial, Ed.) doi:10.1596/978-1-4648-1259-0
- Banco Mundial. (s.f.). *Banco Mundial*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/overview#2>
- Blacksip. (2020). *Reporte de industria: El e-Commerce en Colombia 2020*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://content.blacksip.com/ebook-reporte-de-industria-el-ecommerce-en-colombia-2020>
- Cámara de Representantes. (2021 de noviembre de 2021). *Secretaría Cámara de Representantes*. Obtenido de <https://www.camara.gov.co/secretaria/proyectos-de-ley>
- Camargo, J. D. (16 de febrero de 2021). *Estudio de consumo, percepción y comportamiento del comercio electrónico en Colombia*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://s3.amazonaws.com/Guarumo/estudio-del-comercio-electronico-en-colombia-2020.pdf>
- CCCE (a). (29 de diciembre de 2020). *Segundo informe impacto del Covid19 sobre el comercio electrónico en Colombia*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-161238_recurso_1.pdf
- CCCE (c). (2021). *Actualización de la normativa cambiaria en Colombia para el fortalecimiento del comercio electrónico transfronterizo*. Recuperado el 9 de noviembre de 2021



CCIT. (20 de junio de 2019). *RAEE: ¿Qué pasa con la chatarra electrónica?* Recuperado el 26 de octubre de 2021, de <https://www.ccit.org.co/datotic/raee-que-pasa-con-la-chatarra-electronica/>

CNUDMI. (17 de noviembre de 2021). *Comisión de 4 Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional.*

Congreso de la República (a). (18 de agosto de 1999). *Ley 527.* Recuperado el 19 de octubre de 2021, de https://www.redjurista.com/Documents/ley_527_de_1999_congreso_de_la_republica.aspx#/

Congreso de la República (b). (12 de octubre de 2011). *Ley 1480.* Recuperado el 19 de octubre de 2021, de https://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/042017/Ley_1480_Estatuto_Consumidor_2.pdf

Congreso de la República (c). (21 de octubre de 2017). *Ley 1735.* Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=59835>

Congreso de la República (d). (25 de mayo de 2019). *Ley 1955.* Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=93970>

Congreso de la República (e). (31 de diciembre de 2020). *Ley 2069.* Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%201%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf>

Congreso de la República. (1991). *Constitución política de Colombia.* Recuperado el 19 de octubre de 2021, de https://www.mininterior.gov.co/sites/default/files/constitucion-politica-colombia_2.pdf

Congreso de la República. (30 de diciembre de 2009). *Ley 1369. Diario Oficial, CXLIV(47578).* Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://www.occibox.com.co/media/1898/ley-1369.pdf>



- CRC (a). (abril de 2017). *El comercio electrónico en Colombia. Análisis integral y perspectiva regulatoria*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de https://www.crcm.gov.co/recursos_user/2017/ComElecPtd_0.pdf
- CRC. (18 de mayo de 2020). *Resolución 5980*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://www.crcm.gov.co/uploads/images/files/Resoluci%C3%B3n%20CRC%205980%20de%202020.pdf>
- DIAN. (26 de julio de 2019). *Resolución 046*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://www.dian.gov.co/normatividad/Normatividad/Resoluci%C3%B3n%20000046%20de%2026-07-2019.pdf>
- DNP (a). (28 de septiembre de 2020). *CONPES 4005*. Recuperado el 12 de octubre de 2021, de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4005.pdf>
- DNP (b). (30 de Noviembre de 2020). *CONPES 4012*. Recuperado el 12 de octubre de 2021, de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4012.pdf>
- DNP (c). (2019). *Plan Nacional de Desarrollo 2018 -2022*. Recuperado el 19 de octubre de 2019, de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/PND-Pacto-por-Colombia-pacto-por-la-equidad-2018-2022.pdf>
- DNP (d). (13 de enero de 2020). *CONPES 3982*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3982.pdf>
- DNP. (2018). *Encuesta Nacional Logística*.
- DNP-DIES. (julio de 2021). *Encuesta nacional de logística*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://onl.dnp.gov.co/Paginas/Encuesta-Nacional-Logistica.aspx>
- Foro Económico Mundial. (2018). *Índice Global de Competitividad*.
- García Ceballos, A., Iglesias Rodríguez, E., & Puig Gabarro, P. (junio de 2021). *Informe anual del índice de desarrollo de la banda ancha*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Informe-anual-del-Indice-de-Desarrollo-de-la-Banda-Ancha-IDBA-2020-Brecha-digital-en-America-Latina-y-el-Caribe.pdf>



- MinTIC (a). (2019). *Plan Tic 2018-2022*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de https://micrositios.mintic.gov.co/plan_tic_2018_2022/pdf/plan_tic_2018_2022_20191121.pdf
- MinTIC (b). (septiembre de 2020). *Plan de modernización del sector postal 2021-2024*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de https://mintic.gov.co/portal/715/articulos-150820_recurso_1.pdf
- MinTIC. (21 de julio de 2021). *Boletín trimestral del sector TIC - Cifras del primer trimestre de 2021*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-article-178487.html>
- Montes, S. (29 de marzo de 2021). El comercio electrónico en la región creció 66% en 2020 y llegó a US\$66.765 millones. *La República*. Recuperado el 26 de octubre de 2021, de <https://www.larepublica.co/globoeconomia/el-e-commerce-en-latinoamerica-aumento-66-durante-2020-y-llego-a-us66765-millones-3145702>
- Observatorio e-Commerce (a). (2019). *Hoja de ruta para el comercio electrónico en Colombia*. Bogotá D.C. Recuperado el 19 de octubre de 2021
- Observatorio e-Commerce (b). (2019). *Medición de indicadores de consumo*. Bogotá D.C.
- Observatorio eCommerce. (2018). *Mapeo del Pago Electrónico en Colombia*.
- OCDE (a). (2019). *Panorama del Comercio Electrónico*. Recuperado el 4 de Agosto de 2021, de www.oecde.org: <https://www.oecd.org/sti/Panorama-del-comercio-electro%CC%81nico.pdf#page=17&zoom=100,0,0>
- OMC. (17 de noviembre de 2021). *Glosario*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/glossary_s/de_minimis_s.htm
- Presidencia de la República (a). (23 de julio de 2020). *Decreto 1064*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=136670>
- Presidencia de la República (b). (14 de septiembre de 2020). *Decreto 1234*. Recuperado el 19 de octubre de 2021



Presidencia de la Republica (c). (18 de diciembre de 2020). *Decreto 1692*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=153787>

Presidencia de la República (d). (27 de marzo de 1971). *Decreto 410. Código de comercio*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html

Presidencia de la República. (2 de julio de 2019). *Decreto 1165*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30036618>

Senado de la República de Colombia. (10 de agosto de 2021). *Senado de la República de Colombia*. Obtenido de <http://www.senado.gov.co/index.php/az-legislativo/proyectos-de-ley>

SIC. (2019). *Guía para la implementación del principio de responsabilidad demostrada en las transferencias internacionales de datos personales*. Recuperado el 26 de octubre de 2021, de [https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/pdf/Gu%C3%ADa%20%20SIC%20para%20la%20implementaci%C3%B3n%20del%20principio%20de%20responsabilidad%20demostrada%20en%20las%20transferencias%20internacionales\(1\).pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/pdf/Gu%C3%ADa%20%20SIC%20para%20la%20implementaci%C3%B3n%20del%20principio%20de%20responsabilidad%20demostrada%20en%20las%20transferencias%20internacionales(1).pdf)

SIC. (2021). *Estudio de Mercado. Comercio electrónico en Colombia*. Recuperado el 10 de agosto de 2021, de https://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Estudios_Economicos/Estudios_Mercado_E-commerce.pdf

SIC. (10 de agosto de 2021). *Superintendencia de Industria y Comercio*.

Superintendencia Financiera. (05 de junio de 2018). *Circular 008*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://colombiafintech.co/lineaDeTiempo/articulo/circular-007-008-de-2018>

Superintendencia Financiera. (julio de 2020). *Reporte de inclusión financiera 2020*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de https://bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2021-07/REPORTE_DE_INCLUSION_FINANCIERA_2020.pdf

Telbroad. (2020). *Diagnostico del sector postal y comercio electrónico colombiano*. Bogotá.



The Economist. (13 de noviembre de 2020). *Microscopia global 2020*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de <https://idbinvest.org/es/publicaciones/el-microscopio-global-de-2020-el-papel-de-la-inclusion-financiera-en-la-respuesta>

UNCTAD. (2020). *The UNCTAD B2C, Ecommerce index 2020, Spotlight on Latin America and Caribbean*. Recuperado el 19 de octubre de 2021, de https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d17_en.pdf