

Opinión

Deber y derecho en comercio electrónico



Andrés Barreto González

En Colombia el comercio electrónico creció en un 40% en el 2021. Sus ventas alcanzaron una cifra récord de \$40 billones. Nuestro país enfrentó una pandemia global que hizo repensar las bases del consumo tradicional en dónde, por fortuna, los servicios de telecomunicaciones -vehículos del comercio electrónico-, respondieron al reto y permitieron que el consumidor tradicional se convirtiera en un consumidor electrónico pudiendo acceder a bienes y servicios creando una nueva dinámica en la relación de consumo.

Medidas como los días sin IVA -privilegiando las compras en línea-, impulsaron la compra de productos por medios electrónicos, lo que hace a Colombia un participante del 4% del mercado global de compras en línea.

Durante el año 2021 cada colombiano en promedio realizó 5,35% de compras en línea y gastó \$782.000 pesos.

La visión del comercio electrónico debe ser holística, este negocio, aunque previsto en nuestro ordenamiento jurídico en materia de protección del consumidor, merece una actualización constante pues las realidades tecnológicas, los modelos de negocio, y la relación y experiencia de consumo son dinámicos y obligan a que autoridades, consumidores y empresarios estemos repensándolo.

La Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) es un actor relevante para matizar las visiones tradicionalistas del comercio en línea, obligándola a un ejercicio de revisión permanente y global con miras a garantizar la protección del consumidor, y privilegiar la legalidad a través de la libre empresa, la libre competencia y la protección de datos personales.

Sí, como lo señalaba JFK "todos somos consumidores", hoy en el Siglo XXI to-



El rol de la función pública es ser eficaz y eficiente en la protección de los derechos, así como equilibrada y ética en esa tarea".

dos somos consumidores electrónicos. En Colombia para 2021 la penetración del internet fue del 75%, y el 50% de los colombianos en ese porcentaje hicieron compras electrónicas. Ahora los consumidores debemos ser más conscientes e informados, y esto es proporcional al nivel de apropiación de tecnologías y consciencia en las reclamaciones.

Cualquiera que señale una desprotección del consumidor electrónico, o un desba-

lance en materia de responsabilidad, es presa de una suma ignorancia, pues a más de las quejas recibidas en la Delegatura de Protección del Consumidor -que no es la única protagonista del sistema de protección-, la SIC cuenta con funciones jurisdiccionales en materia de consumidor, así como con mecanismos de arreglo directo como 'SIC Facilita', lo que aunado a la Red Nacional de Protección al Consumidor, complementan una amplia gama de mecanismos y herramientas que velan por los derechos de los consumidores.

El rol de la función pública es ser eficaz y eficiente en la protección de los derechos, así como equilibrada y ética en esa tarea.

El comercio electrónico y la protección del consumidor van más allá de la postura personal, académica o caprichosa que busca vótores en micrófonos y auditores desinformados, y debe ser una construcción colectiva y armónica.

Superintendente de Industria y Comercio
superIntendente@sic.gov.co

La apreciación, efecto colateral



Carolina Monzón

El peso colombiano (COP) inició el año cerca a los \$4.000 por dólar en medio del elevado déficit fiscal y un aumento en el déficit en cuenta corriente que llegó hasta el 5,7% en 2021, el mayor desbalance en 6 años. Sin embargo, pasado un poco más de un trimestre, el peso ha corregido un 8,7% a la baja, consolidándose como la segunda moneda con el mejor desempeño en Latam, después del real que alcanza una apreciación cercana al 16,7%. La corrección bajista de esta magnitud no parecía plausible, pero los determinantes de la tasa de cambio dieron un giro de 180 grados.

El año pasado, Hacienda fue un actor clave en el desempeño de la moneda, con ventas de US\$13.324 millones, superando los US\$10.524 millones de ventas en 2020 dado el elevado endeudamiento externo junto con apremiantes necesidades de gasto local. En el último trimestre de 2021, el promedio mensual de ventas fue de US\$1.866 millones. Pero para 2022, el escenario luce diferente. A cierre del primer trimestre, las ventas son casi nulas como consecuencia de una menor demanda del Gobierno por endeudamiento externo. Así, la operación del Gobierno no explica la fuerza bajista del COP, y tampoco sería un factor clave para los meses siguientes.

Pero los anuncios consecutivos de OPA por parte del grupo Gilinski, sí abrieron espacio a la corrección del COP, en la medida que parte de la financiación provendría del exterior. Según la balanza cambiaria, en el 1T2022 la Inversión Extranjera Directa superó en un 30% el mismo periodo de 2021, siendo así una fuente de financiación de dólares y un respiro para el mercado cambiario.

El otro detonador de la apreciación del COP ha sido el alza en los precios de materias primas, a su vez, impulsada por la expectativa de disrupciones en la oferta de estos bienes por el conflicto entre Rusia y Ucrania. Con precios del petróleo que se ubicaron en promedio en los US\$109 por barril para el Brent, marzo se caracterizó por el sesgo bajista para el COP. Esto con una canasta exportadora soportada en un 33% en petróleo, y un 14% en carbón que, ante la valorización de las materias primas energéticas, resulta en un efecto colateral positivo para el balance externo del país.

Las próximas semanas el COP mantendría la apreciación con precios del crudo en torno a los US\$100 por barril y la expectativa del pago de utilidades de Ecopetrol. Sin embargo, la posibilidad de liberación de reservas de crudo en otros países y la cercanía de las jornadas electorales en Colombia, con alta probabilidad presionarían la moneda sobre \$3.800 para finales del segundo trimestre. En adelante, el retiro del estímulo monetario por parte de la FED impactaría las monedas emergentes, particularmente el COP, que podría retornar a los \$3.900 al cierre del año, al ser más susceptible a una corrección bajista en el petróleo.

Avances y retrocesos



Miguel Gómez Martínez

La pandemia trajo muchas mejoras en nuestras vidas.

Sin duda la virtualidad nos hace ahorrar tiempo muy valioso que antes desperdiciábamos en el tráfico cada día más infernal. Nos hizo puntuales en esas reuniones no presenciales, algo que no éramos. Bien dirigidas, con agenda y compromisos, son una forma muy eficiente de trabajo.

Otra mejora indudable fue obligar a que todas las empresas se adecuara para prestar sus servicios por internet. De la noche a la mañana desaparecieron todo tipo de requisitos innecesarios como las firmas, huellas, copias y presentaciones personales que dejaron de ser exigidas.

En Colombia, por la inseguridad y la inmovilidad, teníamos mucha disposición de bienes y servicios a domi-

cilio. Pero eso no era la norma en la mayoría de los mercados, sobretodo en los desarrollados. Millones de empleos a nivel mundial fueron creados para atender la logística de acercar la demanda y la oferta.

Mejoras muy importantes hay en los servicios de salud, en las ventas por internet o los sistemas de pagos electrónicos. Hasta las iglesias tuvieron que adecuarse a las restricciones de sus feligreses.

Claro, cada avance trae sus retrocesos. Se ha debilitado la capacidad de trabajo en equipo, hemos perdido cercanía y familiaridad con nuestros compañeros de trabajo. También nos distanciamos de nuestros familiares y amigos con quienes no pudimos compartir durante muchos meses. El frenesí de consumo que estamos experimentando es efecto de tantos meses en los que estuvimos encerrados.

Pero no todo ha sido adelanto. Hay industrias que han retrocedido en su servicio. Sin duda nada peor que el transporte aéreo. Todo ha



El regreso a la presencialidad confirma que colegios y universidades no han estado a la altura de los desafíos planteados por la nueva realidad y que están apegados a modelos obsoletos".

desmejorado. El servicio antes de volar, durante el vuelo y al llegar es cada vez peor y más caro.

La proliferación del modelo *low cost*, que no es barato para el usuario como lo hacen ver, ha convertido a los viajes en avión en una tortura. Hoteles y turismo son otro sector donde los estándares de servicio son mucho menos atractivos que antes

de la pandemia.

Hay sectores como el automotriz que no se recuperan. Escasez y demoras en la entrega son la norma en unos mercados que siempre estaban bien abastecidos.

Resulta sorprendente pero otro sector que no tuvo capacidad de enfrentar con éxito la pandemia fue el educativo. Durante la cuarentena quedó en evidencia que el modelo educativo imperante no era capaz de mantener la calidad. Se fingió una normalidad y una continuidad que todos sabían no era válida.

Ni docentes ni alumnos se sentían cómodos ni satisfechos. El regreso a la presencialidad confirma que colegios y universidades no han estado a la altura de los desafíos planteados por la nueva realidad y que están apegados a modelos obsoletos.

Volver a lo mismo que teníamos antes de la pandemia implica que no aprendimos de esta dura pero útil experiencia.

migomahu@gmail.com

Gerente de Investigaciones Económicas para Itaú Colombia.