

ENSAYO DE INVESTGACIÓN

E-COMMERCE, REGULACION Y VIGILANCIA EN COMERCIANTES Y DISTRIBUIDORES DE COPA MENSTRUAL EN COLOMBIA



**Isabel Arias Gómez
Cód. 6502107**

Tutor: Cristhian Camilo Rojas

Universidad Militar Nueva Granada

Ensayo de investigación

Facultad de Ciencias Económicas

Especialización en Alta Gerencia

Bogotá D.C

2018-2

Tabla de contenido

Tabla de ilustraciones	3
Resumen	4
Abstract	5
Introducción	6
Justificación	8
Tema:	9
Pregunta:	9
Objetivo general:	9
Objetivos específicos:	9
Marco teórico	10
Ley 1480 de 2011 – Estatuto del Consumidor. (Red Nacional de protección al consumidor)	12
Nivel de cumplimiento ante regulación y vigilancia al e-commerce en comercializadores y distribuidores de Copa Menstrual que se encuentran actualmente en Colombia.	16
Relación articulada que existe entre la superintendencia de industria y comercio, INVIMA y CCCE para el control de comercialización y distribución de Copa Menstrual.	21
Comercialización de copa menstrual bajo la normatividad para el comercio electrónico explícita en pro de la salud del consumidor.	25
Conclusiones	27
Bibliografía	Error! Bookmark not defined.

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1. Perfil de Producto, tomado de MercadoLibre.....	18
Ilustración 2. Conversación tomada por cuerpo de preguntas y respuestas de MercadoLibre	19
Ilustración 3. Conversación tomada por cuerpo de preguntas y respuestas de MercadoLibre.	19
Ilustración 4. Conversación tomada por cuerpo de preguntas y respuestas de MercadoLibre.	19
Ilustración 5. Figura 5. Tomada de publicación LifeCup Bogotá en MercadoLibre.	20

Resumen

La implementación de E-Commerce en Colombia, ha planteado un crecimiento económico significativo para las grandes empresas, fabricantes y comercializadores de productos, bienes y servicios; ellos han sabido utilizar esta herramienta para llegar a cualquier lugar del mundo, rompiendo así mismo cualquier barrera comercial. Igualmente, la venta minorista ha tenido demasiada fuerza en los últimos años, puesto que los colombianos han encontrado una fuente de ingresos fácil, económica, y bien retribuida, permitiendo una acogida cada vez más fluida por parte del consumidor en general.

Evidenciar cómo se está llevando a cabo este ejercicio de comercialización, por medio de casos específicos, es el fin de este trabajo. Por tal motivo, se realizará un análisis del nivel de vigilancia y regulación por parte de los entes regulatorios colombianos a través de la observación a comercializadores y distribuidores, específicamente de Copa Menstrual, lo que ayudaría a dar respuesta a la pregunta de este ensayo, siendo su ejecución por medios virtuales, y demostrando cómo actualmente se realizan estas ventas desde una de las plataformas más concurridas en Colombia como lo es Mercado Libre.

Incluir cómo se debe realizar un debido proceso de comercialización, pasando por avale de INVIMA y no interferir negativamente a la ley que protege a los consumidores, es un aporte de este ensayo, para las personas que en algún momento deseen ser comercializadores por internet de productos de uso humano.

Palabras clave: Comercio electrónico, E-Commerce, Copa Menstrual, Vigilancia, Comercialización, MercadoLibre.

Abstract

The implementation of E-Commerce in Colombia, has raised significant economic growth for large companies, manufacturers and traders of goods and services. They have known how to use this tool to reach any place in the world, breaking commercial barriers. Likewise, retail sales have been very strong in recent years, since Colombians have found an easy, economical and well-remunerated source of income, allowing an increasingly fluid reception by the consumer in general.

Evidencing how this marketing exercise is being carried out, through specific cases, is the end of this work. For this reason, an analysis of the level of surveillance and regulation by the Colombian regulatory entities will be carried out through observation of traders and distributors, specifically of Menstrual Cup. Thus, help to answer the question of this essay, being its execution by virtual means, and demonstrating how these sales are currently made from one of the most popular platforms in Colombia as it is Mercado Libre.

Including how a proper marketing process must be carried out, going through the endorsement of INVIMA and without interfering negatively with the law that protects consumers, is a contribution of this trial. This contributing to people who at some time want to trade on the Internet products of human use, for instance.

Keywords: E-Commerce, Menstrual Cup, Surveillance, Marketing, MercadoLibre.

Introducción

En Colombia el comercio electrónico, claramente no es nuevo, y su adaptación ha marchado a una velocidad coherente, pero ha sido lento en comparación con otros países la regulación, normas claras y concisas, ejecución de políticas, derechos, y deberes a quienes hacen parte del ejercicio de compra y distribución de productos o servicios en esta condición de venta a distancia, “Sin embargo, el grado en el que estas medidas aplican al comercio electrónico, no siempre está claramente definido”, subraya Paolo Giordano, economista principal del sector de Integración y Comercio del BID y coordinador del reporte. (Ballesteros, 2018).

Por otro lado, el comercio electrónico tanto en Colombia como en todo el mundo está en pleno auge; hoy no existe una empresa líder que no esté vendiendo por internet, el avance de este modelo de negocio en el país es de mucho potencial para las compañías, por sus bajos costos en comparación al modelo de venta tradicional, “los costos fijos de una tienda online son infinitamente inferiores a los de una tienda física” (López-Quesada, 2013).

La mayoría de distribuidores se han olvidado de los procedimientos legales que bien empleados pueden ser de provecho al momento de comercializar por internet, existen herramientas que al ser utilizadas pueden convertirse en herramientas importantes en la implementación de estrategias de competitividad en un mercado muy grande y muy rivalizado, ya que todos los días son más las personas que hacen parte del juego de compra- venta de bienes y servicios OnLine, “Una pyme puede encontrar un nicho en internet, crecer y aprender con él y tener una operación rentable” (Calderón, 2018).

Lo que quiere decir que, el e-commerce no solo es la compra y venta de bienes y servicios, sino que además abarca todo el proceso de transferencia de información entre la industria y el consumidor mediante cualquier herramienta electrónica, sin embargo, el comercio

electrónico en Colombia ha generado día a día más confianza entre los compradores, lo cual se ve evidenciado en la cantidad de transacciones que realizan.

Previo al eCommerce Day, Blacksip emitió un estudio sobre el rendimiento del comercio electrónico en el país, en el que se conoció que el crecimiento en los últimos tres años de este tipo de comercio es de 64%. (Nonsoque, 2018)

Es importante, conocer quienes juegan un papel importante

En Colombia los entes regulatorios del comercio electrónico son la SUPER INTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, la COMISIÓN REGULADORA DE COMUNICACIÓN, un papel importante por parte de la CÁMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO, y en el caso de dispositivos médicos, tal como se hablará en este ensayo, el INVIMA que cumple un papel muy importante, ya que es el responsable de la emisión de registros sanitarios, certificaciones, permisos, que se convierte en un factor obligatorio en los productos comercializados en internet, cuando de alguna manera, se evidencia “un mercado negro” de productos no regulados y no registrados, que se comercializan sin seguridad ante el consumidor.

Justificación

Hoy en día el comercio electrónico se ha convertido en una herramienta fundamental para todas las empresas, pero partiendo desde la importancia del consumidor, en el último año se ha evidenciado, como los comercializadores colombianos están llevando a cabo su actividad por estas plataformas electrónicas, pero resulta que no con las mejores prácticas, se han olvidado por un lado de procesos legales, como el procedimiento para adquirir los registros sanitarios emitidos por el INVIMA de sus productos, y ligado a esto hacer la demostración del porqué es importante cumplir a cabalidad con las normas y los requerimientos legales del producto como tal, ya que llevando a cabo esta condición que para algunos comerciantes o fabricantes son tediosas y de alguna manera un poco desmeritada, pero que a la final se ve reflejado un bienestar para las personas que adquieren ciertos productos; por otro lado como son empresas que en su mayoría nacen sin experiencia alguna en el mercado como tal, o son netamente empíricas, no conocen las herramientas tecnológicas que tenemos en las manos como oferentes, herramientas que fácilmente pueden convertirse en estrategias de competitividad, igualmente, otra de las razones por las que se realiza este trabajo es la identificación del bajo nivel de vigilancia por parte de la SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO en articulación con el INVIMA, que tienen como fin último velar por el bienestar de los consumidores, por parte de comerciantes de productos para la salud en Colombia, por eso en este trabajo se habla específicamente de este sector, reforzando la implementación y uso de herramientas, bajo la premisa de buenas prácticas comerciales, como lo es cumplir debidamente con la normatividad ya establecida.

Tema:

E-Commerce, salto a la regulación y vigilancia en comerciantes y distribuidores copa menstrual en Colombia.

Pregunta:

¿Cómo se manifiesta la regulación y vigilancia a comerciantes y distribuidores de copa menstrual en Colombia por plataformas virtuales?

Objetivo general:

Identificar la implementación de regulación y vigilancia al e-commerce en comercializadores y distribuidores de Copa Menstrual que se encuentran actualmente en Colombia, identificando paralelamente el nivel de vigilancia de la SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO en articulación con el Invima en estas plataformas, identificando la debida comercialización de Copa Menstrual bajo la normatividad comercial explícita del comercio electrónico en pro de la salud del consumidor.

Objetivos específicos:

1. Observar nivel de cumplimiento ante regulación y vigilancia al e-commerce en comercializadores y distribuidores de Copa Menstrual que se encuentran actualmente en Colombia.
2. Establecer qué relación articulada debe existir entre la superintendencia de industria y comercio, INVIMA y CCCE para el control de comercialización y distribución de Copa Menstrual por medios electrónicos.
3. Describir debida comercialización de Copa Menstrual bajo la normatividad para el comercio electrónico explícita en pro de la salud del consumidor.

Marco teórico

Siendo el campo a analizar en cuanto a la vigilancia y regulación en el ejercicio de compra y venta de productos, bienes o servicios por internet. Específicamente de dispositivos médicos y/o Copa Menstrual, se debe tener inicialmente claro el concepto de nuestro tema base

Comercio Electrónico: Según la Comisión Reguladora de Comunicaciones (CRC, 2017) ..., el comercio electrónico también conocido como e-commerce (electronic commerce), consiste en la compra y venta de productos o servicios a través de medios electrónicos, principalmente internet y las otras redes de datos. (Comisión de Regulación de Comunicaciones, 2017, pág. 27)

La evolución del comercio electrónico:

Se puede ver representada en tres periodos, Laudon y Guercio, como se citó en (Patiño, 2016) afirma que los sucesos que marcaron el comercio electrónico se manifiesta de la siguiente manera, 1995-2000: innovación Los primeros años del E-Commerce fueron un período de crecimiento explosivo y extraordinaria innovación que empezaron en 1995 con el uso de la Web para promover productos y servicios. Posteriormente en el 2001-2006: consolidación El período de crecimiento explosivo termina en marzo de 2000, cuando las evaluaciones del mercado, para empresas puntocom, alcanzaron su pico y empezaron a colapsar. Finalmente del 2006-presente: re-invencción En 2006 el e-Commerce entra en un período de redefinición con la aparición de las redes sociales y los sitios de contenidos generados por usuarios los cuales han atraído inmensas audiencias.

Tipo de comercio electrónico: B2C: “este tipo de comercio electrónico es el que se lleva a cabo entre las empresas y los consumidores. La transacción de compra se realiza electrónicamente y de forma interactiva.” (Comisión de Regulación de Comunicaciones, 2017, pág. 30)

Misión de Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE): “Ser vocero de los agremiados y promover un entorno favorable para el desarrollo del comercio electrónico aportando a la construcción de Política Pública y la generación de conocimiento y confianza en el sector” (CCCE, 2015).

Misión Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos(INVIMA): “Proteger y promover la salud de la población, mediante la gestión del riesgo asociada al consumo y uso de alimentos, medicamentos, dispositivos médicos y otros productos objeto de vigilancia sanitaria” (INVIMA, 2011).

Misión Superintendencia de Industria y Comercio (SIC):

“La Superintendencia de Industria y Comercio vela por el buen funcionamiento de los mercados a través de la vigilancia y protección de la libre competencia económica, de los derechos de los consumidores, del cumplimiento de aspectos concernientes con metrología legal y reglamentos técnicos, la actividad valuadora del país, y la gestión de las Cámaras de Comercio”. (SIC, s.f.)

Copa Menstrual:

La copa es un artefacto en forma de campana que se inserta en la vagina y tiene la función de recoger el flujo menstrual durante el período. El dispositivo es reutilizable y tiene una vida útil de 8 a 10 años. Las primeras copas fueron hechas con látex, pero el material generaba algunas alergias, luego con silicona y hoy en día se fabrican con TPE, termoplástico medicinal, una clase de polímeros de fácil uso y fabricación. (Rojas, 2018)

Dispositivos médicos:

Son cualquier instrumento, aparato, máquina, software, equipo biomédico u otro artículo similar o relacionado, utilizado solo o en combinación, incluyendo sus componentes,

partes, accesorios y programas informáticos que intervengan en su correcta aplicación, destinado por el fabricante para el uso en seres humanos (INVIMA, 2013, pág. 13)

Registro Sanitario:

Es el documento público emitido como una actuación administrativa que expide el INVIMA y por el cual faculta al titular del mismo a elaborar, comercializar, importar, exportar, envasar, procesar, hidratar y vender los productos que lo requieren de acuerdo con la normatividad a los productos de alto riesgo según la Resolución. (INVIMA - REGISTRO SANITARIO, 2018)

Certificado de Cumplimiento de Buenas Prácticas de Manufactura, CCBPM. “Es el acto administrativo que expide el Invima, para los fabricantes de dispositivos médicos, en el cual se hace constar que el establecimiento, fabricante cumple con las Buenas Prácticas de Manufactura de Dispositivos Médicos” (INVIMA, 2013, pág. 14).

Ley 1480 de 2011 – Estatuto del Consumidor. (Red Nacional de protección al consumidor)

Teniendo en cuenta la importancia y seguridad que se le debe brindar a los consumidores de productos bienes o servicios por internet, se acude a esta ley para soportar conocimientos.

Principios generales.

1. La protección de los consumidores frente a los riesgos para la salud y seguridad.
2. El acceso a los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas.
3. La educación al consumidor.

4. La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten.

5. Protección a los niños, niñas y adolescentes en calidad de consumidores. (Artículo 1. Ley 1480, 2011)

Por la necesidad de establecer a quien va enfocada esta ley, “Esta ley es aplicable a productos nacionales e importados” (Artículo 2. Ley 1480, 2011).

En vista de la importancia de dar a conocer que debemos hacer, y a que tenemos derecho, es importante tener claro.

Derechos y deberes de los consumidores.

Derechos:

1. Derecho a recibir productos de calidad.
2. Derecho a que los productos no causen daño en condiciones normales de uso.
3. Derecho a recibir información, completa, veraz y transparente oportuna y verificable.
4. Derecho a recibir protección contra publicidad engañosa.
5. Derecho a la reclamación.
6. Protección contractual.
7. Derecho de elección.
10. Derecho a informar.
11. Derecho a la educación.

Deberes:

1. Informarse respecto a la calidad de los productos, así como de las instrucciones que suministra, el producto o proveedor en relación, a su adecuado uso o consumo, conservación e instalación.
2. Obrar de buena fe, frente a los productores o proveedores y frente a las autoridades públicas. (Artículo 3. Ley 1480, 2011)

Definiciones:

1. **Calidad:** Condición en que un producto cumple con las características inherentes y las atribuidas por la información que se suministre sobre el.
16. **Venta a Distancia:** Son las realizadas sin que el consumidor tenga contacto directo con el producto que adquiere, que se dan por medios, tales como correo, teléfono, catálogo, o vía comercio electrónico. (Artículo 5. Ley 1480, 2011)

Calidad, idoneidad y seguridad de los productos.

Para efectos de garantizar la calidad, idoneidad y seguridad de los productos, bienes y servicios bienes y servicios que se comercialicen, el instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos INVIMA, expedirá los registros sanitarios de conformidad con las competencias establecidas en el artículo 245 de la ley 100 de 1993, que ordena el control, y la vigilancia sobre la calidad de los mismos. (Artículo 6. Ley 1480 , 2011)

El instituto de vigilancia de medicamentos y alimentos

Créase el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos Invima, común establecimiento público del orden nacional, adscrito al Ministerio de Salud, con personería jurídica, patrimonio independiente y autonomía administrativa, cuyo objeto es la ejecución de las políticas en materia de vigilancia sanitaria y de control de calidad de

medicamentos, productos biológicos, alimentos, bebidas, cosméticos, dispositivos y elementos médico-quirúrgicos, odontológicos, productos naturales homeopáticos y los generados por biotecnología, reactivos de diagnóstico, y otros que puedan tener impacto en la salud individual y colectiva. El Gobierno Nacional reglamentará el régimen de registros y licencias, así como el régimen de vigilancia sanitaria y control de calidad de los productos de que trata el objeto del Invima, dentro del cual establecerá las funciones a cargo de la Nación y de las entidades territoriales, de conformidad con el régimen de competencias y recursos. (Artículo 245. Ley 100 , 1993)

Artículo 3. Del decreto 549 del 2011: (...) “estableció el procedimiento para la obtención del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura para los laboratorios fabricantes de medicamentos que se produzcan en el país o se importen” (MINISTERIO DE LA PROTECCION SOCIAL, 2011).

Nivel de cumplimiento ante regulación y vigilancia al e-commerce en comercializadores y distribuidores de Copa Menstrual que se encuentran actualmente en Colombia.

El vender en línea, supone adaptarse a otros en el terreno electrónico, pues el proceso es totalmente diferente a los principios de la venta tradicional; Colombia cuenta con mucho potencial direccionado al comercio electrónico, ya que las formas de pago se están masificando en grande medida y el acceso a la red reduce cada vez más sus costos, permitiendo con esto que el mercado crezca y todos quieran hacer parte de él.

Este año la tendencia se mantiene, teniendo en cuenta que el crecimiento de las ventas de Mercado Libre solo en Colombia fue del 33% durante el primer trimestre de este año. De acuerdo con Stello Tolda, vicepresidente de operaciones de la firma, esto se da gracias a que todavía hay varios factores que benefician el desarrollo del comercio electrónico.

(Portafolio, 2017)

Una organización que opte por el comercio electrónico dentro de sus procesos debe estar al tanto de las últimas herramientas, contratar los profesionales idóneos para cada una de las partes del proceso y además, garantizar la seguridad de los clientes respecto a la información que se comparte, y el producto que se ofrece. (Molano, Colombia

Digital.net, 2012)

Dando un enfoque exclusivamente a una de las plataformas más utilizadas en Latinoamérica (MercadoLibre), y es un hecho que para las grandes multinacionales también ha sido una herramienta que genera ingresos significativos para ellos, y por eso no se han quedado atrás, hoy en día todos quieren vender por internet por su comodidad y

facilidad a la hora de adquirir y vender productos o servicios, pues es claro que esto todos lo podemos hacer desde la comodidad de nuestra casa.

Marcos Pueyrredon, VP global de Vtex para el mercado hispano, en entrevista con Dinero, cuenta cómo el e-commerce ha revolucionado el mundo empresarial no solo en Colombia sino en todo el mundo, representándose en menores costos de operación y mayor rentabilidad. Asegura que la demanda debe ir acoplándose al comercio electrónico y la oferta se debe encargar de mantener la mejor experiencia de usuario satisfaciendo las necesidades de éstos. (Dinero, 2018)

Partiendo desde el enfoque minorista en MercadoLibre, y desde una directriz más formalizada, los comerciantes han hecho de sus ventas algo muy “deportivo” donde su ejercicio como pequeños empresarios se presenta en un camino de:

Compra - Descripción - Publicación - Venta.

Pero falta una reglamentación firme y políticas claras por parte del gobierno en la materia, para generar la tranquilidad y confianza necesaria entre clientes y usuarios, incentivando así el comercio por esta vía y evitando la tramitología y gastos innecesarios en los que en muchas ocasiones las personas deben incurrir (Montes M. E., 2012).

En cuanto a distribuidores y comercializadores de Copa Menstrual en Colombia por formato OnLine, y para evidenciar la forma de venta de algunos proveedores en Mercado libre, se muestra las siguientes anomalías o fallas que según Ley 1480 de 2011 no debe suceder.

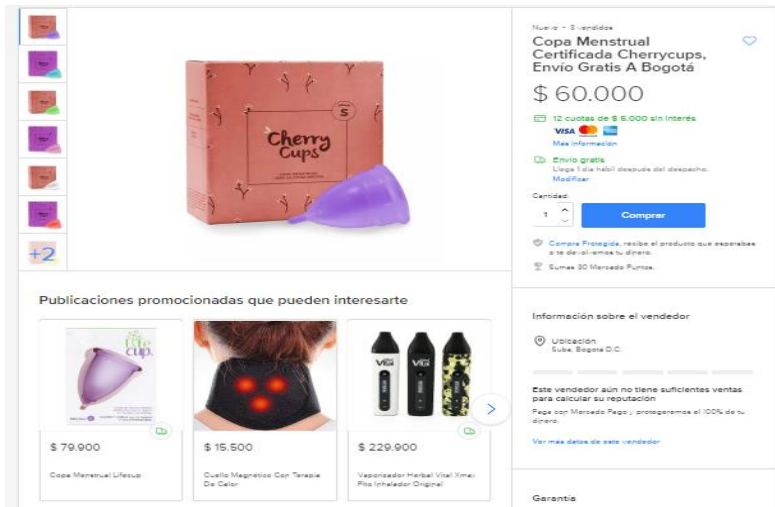


ILUSTRACIÓN 1. PERFIL DE PRODUCTO, TOMADO DE MERCADOLIBRE.

En este caso puntual, se puede observar que la publicación de producto se está realizando sin ofrecer información detallada, tampoco cuenta con descripción, procedencia, tal como lo pide (Red Nacional de protección al consumidor). “Derecho a recibir información, completa, veraz y transparente oportuna y verificable” (Artículo 3. Ley 1480, 2011).

Lo que conlleva a faltarse igualmente al segundo principio general de esta ley: “El acceso a los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas” (Artículo 1. Ley 1480, 2011).

Se elaboró preguntas a tres proveedores de este producto en MercadoLibre, sobre registros avalados en Colombia, sobre definiciones,

 **Copa Menstrual Silicona 100% Reutilizable + vaso Esterilizador \$ 48.000** x 1 disponible Envío gratis Duración ilimitada.

Hola. Que certificaciones tienen? Saludos

Hola buen día están certificadas por la fda disponible únicamente en talla s - Traducida automáticamente

Hola. El fda sirve para Colombia?

hola si claro ellos regulan y certifican al fabricante para que el producto pueda ser comercializado - Traducida automáticamente

Ósea que es una regulación de fabricación. De pronto no me entendiste. Las certificaciones y permisos de venta cuáles son? Sólo para verlos antes de comprar.

ILUSTRACIÓN 2. CONVERSACIÓN TOMADA POR CUERPO DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS DE MERCADOLIBRE

 **Copa Menstrual Icare Silicona 100% Hipoalergica + Bolsa Tela \$ 31.000** x 1 disponible Envío gratis Duración ilimitada.

Hola. Que certificaciones tienen? Saludos

Hola buen día son importadas de china en silicona médica rectificada por la fda - Traducida automáticamente

Hola. El fda sirve para Colombia?

hola si claro ellos regulan y certifican al fabricante para que el producto pueda ser comercializado

ILUSTRACIÓN 3. CONVERSACIÓN TOMADA POR CUERPO DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS DE MERCADOLIBRE.

 **Copa Menstrual Silicona 100% Reutilizable + vaso Esterilizador \$ 37.999** x 170 disponibles Duración ilimitada.

Hola. Que certificaciones tienen? Saludos

Hola buen día manejamos varias marcas todas son en silicona médica todas son importadas de China y todas son certificadas por la fda - Traducida automáticamente - Denunciar

Hola. El fda sirve para Colombia?

hola fda Administración de Alimentos y Medicamentos, ellos regulan y certifican para que los productos puedan ser comercializados y vendidos al ingreso al país

ILUSTRACIÓN 4. CONVERSACIÓN TOMADA POR CUERPO DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS DE MERCADOLIBRE.

Si bien, la FDA certifica al fabricante para que el producto pueda ser comercializado, es una certificación internacional,

La Administración de Medicamentos y Alimentos de los EE.UU. (FDA) examinan, evalúa y aprueba una amplia gama de productos para uso médico, incluyendo fármacos, dispositivos médicos, alimentos, cosméticos y muchos otros productos relacionados con la salud. En otras palabras, la aprobación de la FDA significa que la FDA ha decidido que los beneficios del producto aprobado superan sus riesgos potenciales. (healthychildren, 2017)

En estos casos el producto certificado por la FDA, igualmente debe ser presentado al Invima, y que esta certificación sea homologada o avalada. “El Invima como agencia de referencia de las Américas de la Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud tiene estándares de regulación que garantizan la seguridad, eficacia y calidad de los productos comercializados en Colombia” (INVIMA, 2017). “El Invima certifica las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) los criterios de calidad de la Organización Mundial de la Salud” (INVIMA, 2017).

Publicación optima de Copa menstrua en Mercado libre, donde en su descripción especifica de donde proviene y sus certificaciones como producto de uso humano, donde como distribuidor se puede constatar que conoce, el debido proceso de paso regulador por el INVIMA aunque cuente con certificación de la FDA.

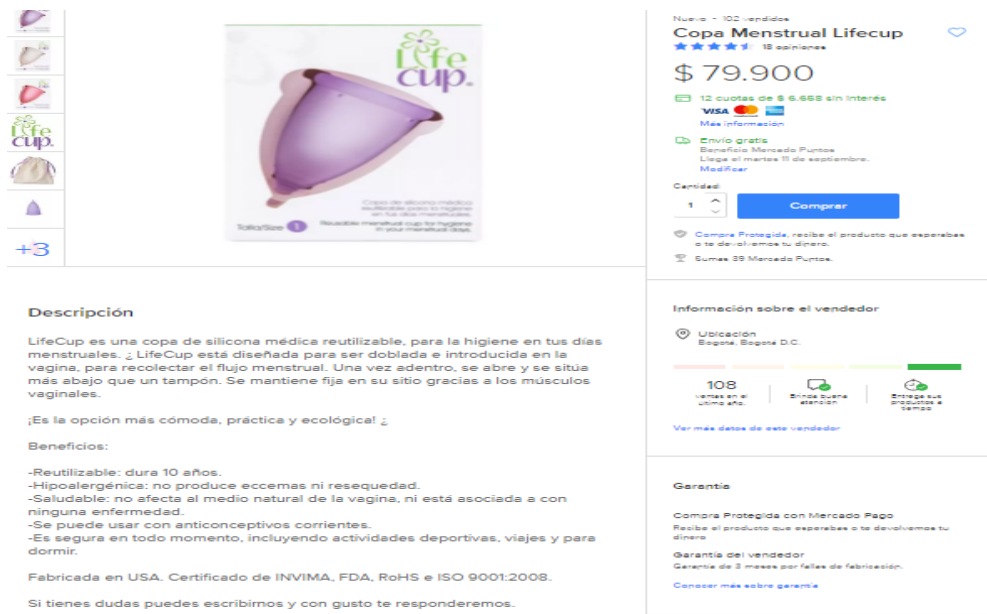


ILUSTRACIÓN 5. FIGURA 5. TOMADA DE PUBLICACIÓN LIFECUP BOGOTÁ EN MERCADOLIBRE.

Relación articulada que existe entre la superintendencia de industria y comercio, INVIMA y CCCE para el control de comercialización y distribución de Copa Menstrual.

En relación a la protección al consumidor de productos de copa menstruales en Colombia por formato Online, es importante acogerse a las leyes que sustentan y promueven las buenas prácticas para el cumplimiento de tal objetivo, por consiguiente, el aporte de la SIC será relacionado a la ley 1480 de 2011 (Red Nacional de Protección al Consumidor), sostiene que,

Para efectos de garantizar la calidad, idoneidad y seguridad de los productos, bienes y servicios que se comercialicen, el instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos INVIMA, expedirá los registros sanitarios de conformidad con las competencias establecidas en el artículo 24 de la ley 100 de 1993, que ordena el control, y la vigilancia sobre la calidad de los mismos. (Artículo 6. Ley 1480 , 2011)

Directamente, se comprende que quien protege al consumidor es,

“La Superintendencia es responsable de vigilar la observancia de las disposiciones contenidas en el estatuto del consumidor, Ley 1480 de 2011, en tal virtud tramita las denuncias que se presentan e inicia investigaciones de oficio tendientes a establecer su contravención. En este campo tiene facultades administrativas para ordenar la suspensión de conductas ilegales, sancionatorias para reprimir a los infractores y jurisdiccionales para resolver sobre la garantía mínima presunta. (Superintendencia de Industria y Comercio)

De tal manera, que en relación de la comercialización de Copas Menstruales en Colombia, se puede identificar que la CCCE y el INVIMA serían los principales responsables de promover la vigilancia de esta actividad en el comercio electrónico.

El Invima y la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE) firmaron un convenio de cooperación con el propósito de adelantar acciones encaminadas a contrarrestar y mitigar las ventas ilegales y el contrabando de productos de control sanitario de competencia del Invima, que puedan ser ofrecidos y comercializados a través de plataformas de comercio electrónico. (INVIMA, 2016)

Dicho convenio sostiene, “VICTORIA EUGENIA VIRVIESCAS CALVETE, quien actúa como Secretaria General de la CCCE, JAIME HUMBERTO GUZMAN, calidad de Director General del INVIMA, Las Partes, hemos acordado suscribir el siguiente CONVENIO DE ASOCIACION, en adelante el CONVENIO”

Directamente compete al Invima las siguientes consideraciones,

1) La Misión del INVIMA se enmarca en proteger y promover la Salud Pública de la población, mediante la gestión de riesgo asociada al consumo y uso de alimentos, medicamentos, dispositivos médicos y otros productos objeto de vigilancia sanitaria.

2) El decreto de 2078 de octubre de 2012, por el que se establece al el INVIMA 4 funciones entre las cuales se encuentran, Ejercer las funciones de inspección, vigilancia y control a los establecimientos, productores, y comercializadores, de los productos a que hacen referencia al artículo 245 de la ley 100 de 1993.

Dentro de las funciones asignadas al INVIMA en el decreto 2078 de 2012, se encuentran: a) Identificar y evaluar infracciones a las normas sanitarias y a los procedimientos establecidos, adelantar las investigaciones a que haya lugar y aplicar las medidas sanitarias y además normas reglamentarias. B). Remitir a las

autoridades competentes la información de las posibles infracciones a las normas sanitarias de las que tenga conocimiento y que no sean de su competencia.

(Convenio de Asociación 163. CCCE e INVIMA, 2016)

Compromiso directamente de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico,

2) La cámara Colombiana de Comercio Electrónico, aportará información técnica y legal en relación con normatividad y funcionamiento de comercio electrónico y de internet en la comercialización, distribución y venta legal de productos competencia del INVIMA. (Convenio de Asociación 163. CCCE e INVIMA, 2016)

Compromiso directamente del INVIMA,

2) El Invima se comprometerá conjuntamente con la CÁMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRÓNICO a brindar información sobre los requisitos técnicos y legales, bajo los cuales resulta viable la comercialización de los productos competencia de la entidad a través de medios electrónicos.

Cabe resaltar exclusivamente la catorceava consideración de este contrato,

A través del comercio electrónico se publicitan y comercializan productos y servicios cuya inspección, vigilancia y control es competencia del INVIMA y que, por ser bienes y servicios de uso humano, ameritan especial atención y protección por parte del INVIMA, para garantizar a través de su publicidad y comercialización el derecho fundamental a la salud pública. (Convenio de Asociación 163. CCCE e INVIMA, 2016)

Como resultado de este convenio, finalmente se debe tener en cuenta la siguiente característica,

1)La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y el INVIMA contribuirán con información técnica y legal en relación con normatividad, funcionamiento del comercio electrónico y del internet en la comercialización, distribución y venta legal de productos competencia del INVIMA; responsabilidad sanitaria; seguridad; calidad y publicidad de los productos competencia del INVIMA entre otros; con el fin de que las partes puedan estar lo suficientemente informadas y entrenadas para cumplir de manera eficaz con la protección al derecho fundamental a la Salud Pública. (Convenio de Asociación 163. CCCE e INVIMA, 2016)

Comercialización de copa menstrual bajo la normatividad para el comercio electrónico explícita en pro de la salud del consumidor.

En el mercado digital se puede observar que se están omitiendo muchos pasos por desconocimiento, todo artículo que se vende en internet debe ser aprobado por alguna entidad, en este caso como son artículos que finalmente es de uso humano que se comercializa en Colombia, debe ser por medio del INVIMA, quien a fin de cuentas avala el producto, como ya se ha sustentado anteriormente.

En el caso puntual de la Copa Menstrual, el proceso es revisar si el artículo requiere o no requiere Invima, se debe diligenciar unos documentos y formatos propuestos por el invima, se traduce la ficha técnica del artículo, la descripción del artículo, ya que es un producto importado en la mayoría de los casos.

Para importados, tenga en cuenta:

- Adicione el certificado de venta libre del país de origen este documento debe venir con traducción oficial si provienen en idioma diferente al castellano, consularizado y avalado ante el Ministerio de Relaciones Exteriores.

-Adjuntar carta de autorización del fabricante al importador, ficha técnica origen con su respectiva traducción al castellano y poder si actúa mediante apoderado. (INVIMA - REGISTRO SANITARIO, 2018)

Una vez entregado esto, el Invima comunica si requiere o no requiere,

(...) COPA MENSTRUAL, no se encuentra contenido dentro de la definición de Dispositivo Médico para uso en humanos establecida en el Decreto 4725 de 2005, por tal razón no requiere de registro sanitario. Dicho producto requiere Notificación Sanitaria

Obligatoria a la luz de la Decisión 706 de 2008, “ Por el cual se regulan los regímenes Sanitarios, de control de calidad y vigilancia sanitaria en relación con la producción, procesamiento, envasado, expendio, importación, almacenamiento y comercialización de los productos de higiene doméstica y productos absorbentes de higiene personal”.

(Comision Revisora, INVIMA, 2012, pág. 4)

La Decisión 706 de 2008, sustenta,

Obteniendo este permiso, ya es posible comercializar el producto específicamente sin que exista la posibilidad que como distribuidor, denuncien el producto, o que como consumidor se adquiriera un producto que no esté revisado y verificado como apto para uso humano.

NOTIFICACIÓN SANITARIA OBLIGATORIA (NSO): Es la comunicación en la cual se informa a las Autoridades Nacionales Competentes, mediante declaración jurada, que un producto regulado por la presente Decisión, puede comercializado por el interesado. (INVIMA Art. 2, 2018)

Conclusiones

El comercio electrónico o según sus siglas en inglés (e-commerce) es una herramienta poderosa hoy por hoy para los fabricantes, comercializadores y distribuidores de productos, bienes o servicios, en este caso específicamente de un producto de higiene personal, como lo es la Copa Menstrual, que se encuentra incluido en el grupo de Dispositivos Médicos por el Invima, exclusivamente su comercialización no es la más optima en estas plataformas virtuales, su distribución se realiza sin manifestar la información necesaria a las personas que la adquieren, como de donde proviene, de que material está hecho, tal como lo exige la Ley 1480 de 2011; y tampoco se evidencia en muchas ocasiones si cuenta con las debidas regulaciones y certificaciones, o si se encuentra avalado por los diferentes entes regulatorios. Por otro lado, cabe resaltar la responsabilidad que compete al INVIMA, SIC y CCCE, ante la vigilancia técnica y legal de la venta de este producto, ya que es particularmente comercializado por internet, y este producto claramente es de uso humano, por lo que el INVIMA juega un papel muy importante en la vigilancia de este; por las manifestaciones de ventas, podríamos decir, que esta vigilancia aun es débil, pues sin consideración este producto fácilmente se distribuye sin ser avalado por algún ente regulatorio colombiano, que constate que es un producto legalmente importado, y que cumple con todas las normas de salubridad. El convenio existente entre el INVIMA y la CCCE, es una unión muy significativa a la intención de vigilar esta actividad, pero considero que igualmente deben promover políticas fuertes y claras ante la venta de productos, bienes y servicios de uso personal. El hecho de no cumplir y no promover buenas prácticas de publicaciones, y ventas, por internet, como comercializadores, o distribuidores, nos podría llevar a varias

conclusiones, desde considerando un tema netamente cultural, por el afán de realizar esta actividad burlándonos de la ley, o sencillamente el desconocimiento, frente a el proceso debido de la comercialización de productos de uso humano, puesto que llevarlo a cabo no es camino difícil, ni tedioso a la hora de cumplir con lo explícitamente expuesto por las leyes colombianas en pro del cuidado al consumidor.

Este producto, es relativamente nuevo, pero su comercialización es significativa por su justificación en el impacto ambiental que aporta “La cantidad de desechos que producen las toallas sanitarias es gigantesca, la copa menstrual se ha posicionado como solución a este gran problema” (Bautista, 2018), entre otras razones; aun este producto sigue siendo desconocido por algunas mujeres, pero para las personas que consideran realizar su compra, están expuestas a adquirir sin adversidad alguna un productos de contrabando, o de materiales que pueden general problemas para salud, por ni siquiera ser estudiado bajo términos técnicos y legales del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y alimentos INVIMA. También, Cabe considerar, que los comercializadores de X o Y producto, pero especialmente de productos para uso humano, promuevan buenas prácticas, para que ellos mismos exijan todo lo pertinente por ley para cuidar a los consumidores, que toda la información sea verídica y verificable, porque, por más que las compras y ventas se realicen por internet, todo debe ir sujeto a una reglamentación. Educar a los compradores a pedir lo que se merecen, como finalmente se espera, un producto de calidad, y que no atenten contra su integridad, sería un avance muy significativo al sistema de vigilancia a las ventas electronicas, que las personas conozcan sus derechos como comprador electrónico y manifieste rechazo por medio de denuncias a los entes competentes de dicha vigilancia.

Referencias

(s.f.).

Artículo 2. Ley 1480. (2011).

Artículo 245. Ley 100 . (1993).

Artículo 3. Ley 1480. (2011).

Artículo 5. Ley 1480. (2011).

Artículo 6. Ley 1480 . (2011).

Artículo 1. Ley 1480. (2011). *Red Nacional de Protección al Consumidor*. Obtenido de <http://www.redconsumidor.gov.co/>

Ballesteros, A. (2018). *El comercio electrónico avanza a medias en el país*. Obtenido de El Colombiano: <http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/comercio-electronico-en-2018-FX8734689>

Bautista, J. (01 de Julio de 2018). *El Dictamen*. Obtenido de <https://www.eldictamen.mx/2018/07/girando-en-verde/>

Calderón, D. (2018). *E-Commerce en Colombia: una realidad que aumenta*. Obtenido de El tiempo: <http://www.loencontraste.com/noticias/comercio-electronico/e-commerce-en-colombia-una-realidad-que-aumenta-0>

CCCE. (2015). *Camara Colombiana de Comercio Electronico*. Obtenido de <https://www.ccce.org.co/que-es-la-ccce>

Chenhall, R. (2007). *Theorising contingencies in management control systems research*. Oxford: Handbook of Management Accounting .

Comisión de Regulación de Comunicaciones. (2017). *El comercio electrónico en Colombia*. Obtenido de CRC: https://www.crcom.gov.co/recursos_user/2017/ComElecPtd_0.pdf

Comision Revisora, INVIMA. (2012).

Convenio de Asociacion 163. CCCE e INVIMA. (2016). Obtenido de <https://www.ccce.org.co/biblioteca/convenio-de-asociacion-invima-ccce>

Dinero. (2016). Obtenido de <https://www.dinero.com/economia>

Dinero. (2018). *"Estamos viviendo una guerra abierta entre el online y el offline"*, Marcos Pueyrredon. Obtenido de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/estas-son-las-ventajas-del-comercio-electronico-en-colombia/258979>

healthychildren. (2017). *healthychildren.org*. Obtenido de <https://www.healthychildren.org/Spanish/health-issues/conditions/treatments/Paginas/FDAs-Role-in-the-Drug-Approval-Process.aspx>

INVIMA - REGISTRO SANITARIO. (2018). *INVIMA*. Obtenido de <https://www.invima.gov.co/index.php/tramites-y-servicios/tr%C3%A1mites.html?select1=2686&select2=2746#requisitos-legales>

INVIMA. (2011). *www.invima.gov.co*. Obtenido de Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos: <https://www.invima.gov.co/nuestra-entidad/mision-y-vision.html>

INVIMA. (2013). *ABC Dispositivos medicos*. Obtenido de <https://www.invima.gov.co/images/pdf/tecnovigilancia/ABC%20Dispositivos%20Medicos%20INVIMA.pdf>

INVIMA. (2016). Obtenido de <https://www.invima.gov.co/invima-y-c%C3%A1mara-colombiana-de-comercio-electr%C3%B>

INVIMA. (2017). Obtenido de <https://www.invima.gov.co/invima-precisa-informaci%C3%B3n-que-circula-en-medios-de-comunicaci%C3%B3n.html>

INVIMA Art. 2, D. 7. (2018). *Armonización de legislaciones en materia de productos de higiene*.

López-Quesada, A. (2013). *La importancia del mundo digital en las ventas*. Obtenido de esan: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2013/03/04/importancia-mundo-digital-ventas/>

MINISTERIO DE LA PROTECCION SOCIAL. (2011). *Artículo 3. Del decreto 549 de 2001*. Decreto Número. 162 de 2004.

Molano, A. (2012). ¿Qué es comercio electrónico (e-commerce)? *Colombia Digital*.

Molano, A. (2012). *Colombia Digital.net*. Obtenido de <https://colombiadigital.net/actualidad/experiencias/item/1677-%C2%BFqu%C3%A9-es-comercio-electr%C3%B3nico-e-commerce>

monetes, M. E. (s.f.).

Montes, M. E. (2012). *Colombia Digital*. Obtenido de <https://colombiadigital.net/opinion/columnistas/conexion/item/1773-acerca-del-comercio-electr%C3%B3nico.html>

Montes, M. E. (mayo 10, 2012). Acerca Del Comercio Electronico. *Colombia Digital*.

Montes, M. E. (mayo10,2012). Acerca Del Comercio Eléctronico . *Colombia digital*, Conexión.

Navarro, V. G. (Enero 25, 2017). Aspectos legales de un e-commerce. *Ecommaster*.

Nonsoque, J. C. (2018). *Comercio electrónico en Colombia ha crecido 64% en los últimos tres años*. Obtenido de La Republica: <https://www.larepublica.co/empresas/comercio-electronico-en-colombia-ha-crecido-64-en-los-ultimos-tres-anos-2733436>

Patiño, A. S. (2016). *¿Hacia donde va el comercio electrónico en Colombia?* Obtenido de Universidad EAN: <file:///C:/Users/isabel%20arias.DESKTOP-AILKSHN/Downloads/1371-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4432-1-10-20160315.pdf>

Portafolio. (2017). *Portafolio / Comercio electrónico crece en medio del rezago económico*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/comercio-electronico-crece-mientras-otros-sectores-se-contraen-509350>

Rojas, L. C. (2018). *El Espectador*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias/actualidad/copa-menstrual-uso-ventajas-y-desventajas-articulo-743255>

SIC. (s.f.). *Superintendencia de Industria y Comercio*. Obtenido de <http://www.sic.gov.co/mision-y-vision>

Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *Funciones y Objetivos*.

