



DESPACHO DEL RECTOR

RESOLUCIÓN N° 829

"Por la cual se reglamenta el proceso de contratación en línea para la adquisición de bienes y servicios por parte de la Universidad del Magdalena"

El Rector de la Universidad del Magdalena "UNIMAGDALENA", en ejercicio de sus funciones constitucionales y legales, especialmente la conferida en el artículo 17° del Acuerdo N° 010 de 2013 y,

CONSIDERANDO:

1. Que mediante la Ley 1480 de 2011 se expidió el Estatuto del Consumidor en Colombia, el cual en el título VII, capítulo VI, artículo 49 contiene normas que consagran reglas especiales para la protección de los consumidores de comercio electrónico. El artículo 50 de la mencionada legislación impone obligaciones a los proveedores y expendedores, ubicados en el territorio colombiano, que ofrezcan sus bienes y servicios a través de medios electrónicos, y regula aspectos relativos a la información sobre la identidad del proveedor, características del bien, medios comercio electrónico empleado y formas de pago disponibles, condiciones generales de los contratos, deber de conservar la información, mecanismos de seguridad y electrónicos de recepción de peticiones, sugerencias y reclamos e información de entrega de los bienes.
2. Que el parágrafo del artículo 46 de la Ley 1480 de 2011, estableció la obligación del Gobierno Nacional de reglamentar las ventas que utilizan métodos a distancia.
3. Que el Gobierno Nacional expidió el Decreto 1499 de 2014 modificado por el Decreto 1074 de 2015 donde se reglamentó las ventas que utilizan métodos no tradicionales y las ventas a distancia.
4. Que el artículo 2.2.2.37.6 del decreto 1074 de 2015 define lo siguiente: "Artículo 2.2.2.37.6. Ventas a distancia. "De acuerdo con lo establecido en el numeral 16 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011, se consideran ventas a distancia las realizadas sin que el consumidor tenga contacto directo con el producto que adquiere, a través de correo, teléfono, catálogo, comercio electrónico o con la utilización de cualquier otra técnica de comunicación a distancia."
5. Que el artículo 17° del Acuerdo Superior N° 010 de 2013 establece que: "La Universidad podrá aplicar mecanismos de contratación en línea para los procesos de selección de bienes y servicios, sin perjuicio de utilizar tales mecanismos en cuanto estuvieren disponibles en sus propios sistemas de información o en combinación con el soporte tecnológico que puedan ofrecer proveedores del servicio de probada y reconocida competencia. Parágrafo Único: El Rector reglamentará el proceso de contratación en línea de conformidad con el presente estatuto."
6. Que la Ley 527 de 1999 "Ley de Comercio Electrónico" dota de efectos jurídicos concretos los datos que se compartan por medios electrónicos con fines comerciales en tiendas online.
7. El artículo 91 de la Ley 633 de 2000 señala que todas las páginas web y sitios de internet con origen en Colombia, que operan en internet y cuya actividad económica tenga carácter comercial, financiero o de prestación de servicios, deberá inscribirse en el Registro Mercantil y suministrar a la DIAN la información que está considere pertinente.
8. El decreto 587 de 2016, mediante la cual el consumidor podrá solicitar la reversión del pago cuando haya ocurrido fraude, sea una operación no solicitada, el producto adquirido no sea recibido, no corresponda al solicitado o sea defectuoso.
9. La Superintendencia de Industria y Comercio, cumple funciones de control y vigilancia sobre las actividades adelantadas en materia de comercio electrónico, inclusive todo lo relacionado con la protección del consumidor, protección de datos personales, y operaciones realizadas online.
10. Que es necesario establecer la reglamentación para garantizar la correcta adquisición de bienes y servicios mediante procesos de contratación en línea dentro de la Universidad.

En mérito de lo anterior,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: DEFINICIÓN: El comercio electrónico, también conocido como e-commerce (electronic commerce en inglés) o bien comercio por Internet o comercio en línea, consiste en la

compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como redes sociales y otras páginas web.

Para efectos propios de este procedimiento se adoptarán las siguientes definiciones:

Acceso Web: Son los operadores fijos y móviles que proveen el acceso a internet tanto a los clientes del comercio electrónico como a las páginas web de los comerciantes.

Web Shop: Son los marketplaces (tiendas virtuales) y las infraestructuras que despliegan la información de los productos o servicios disponibles.

Marketing: Son las empresas que realizan campañas digitales de marketing y contacto a los potenciales clientes de los canales electrónicos de los comerciantes. De igual forma, las plataformas electrónicas y redes sociales que alojan emprendimientos y comercios ofreciendo servicios de publicidad como valor agregado.

Gestión de pagos: son las Pasarelas de Pago anteriormente descritas y las redes procesadoras de pagos. Algunas tiendas on-line no requieren de las pasarelas de pago y pueden interactuar directamente con las redes de pago para la confirmación de la compra de los bienes y servicios.

Gestión de pedidos: La compra aprobada, desencadena los procesos logísticos necesarios para disponer los productos comprados, debidamente empacados. Dependiendo de la empresa de comercio electrónico, esta gestión de pedidos dará lugar a diferentes procesos de envío, logística, almacenamiento, distribución y entrega.

Gestión de envíos: Procesado el pedido y configurado el envío debidamente empaquetado se da inicio al proceso de envío en el que la misma empresa u otra se encarga de la recogida del paquete y posterior despacho.

Gestión de logística: Se recoge el paquete en el sitio designado por la tienda de comercio electrónico, se ingresa en la fase de logística en la que se coordinan los recursos de transporte, personas y vehículos, guías de entrega y demás aspectos necesarios para el transporte de los productos.

Gestión de almacenamiento: dependiendo de la empresa, la naturaleza de los productos a entregar y el grado de integración con los eslabones adyacentes en la cadena de valor, los empaques pueden llegar a un almacén de acopio o a una bodega de la empresa de logística o transporte para posteriormente ser entregados. En esta fase, se integran los procesos necesarios para la planificación de las rutas de entrega.

Transporte: Las empresas encargadas del mismo realizan el movimiento de los envíos desde el almacén de acopio o bodega hacia el sitio final de entrega.

Entrega: Se dispone de los recursos para la entrega final del producto, la cual también puede incluir la coordinación necesaria con el cliente para la recepción del paquete.

Post venta: Las empresas de comercio electrónico disponen de los recursos necesarios para los procesos de atención al cliente después de que la venta ha sido efectiva y puede proveer al comprador información relevante sobre el estado integral del pedido.

Mensaje de datos: 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.

Para que esos actos, negocios u operaciones mercantiles se consideren como actos de comercio electrónico, deben perfeccionarse a partir de la utilización o intercambio de mensajes de datos, cursados telemáticamente, para lo cual la Ley misma es amplia al definir los sistemas de información: "Sistema de Información. Se entenderá todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos. En otras palabras, cualquier sistema informático y telemático que permita la generación, envío, recibo, archivo o procesamiento de mensajes de datos, es jurídicamente válido para el perfeccionamiento de actos jurídicos, mercantiles o no, lo cual se corresponde con el principio de "neutralidad tecnológica"

Iniciador: Funcionario de la Universidad que haya actuado mediante el envío de un mensaje de datos de su cuenta institucional solicitando la oferta del bien o servicio a adquirir.

Destinatario: Persona designada por el emisor/iniciador para recibir el mensaje de datos, que contiene todas las condiciones para la adquisición del bien y servicio.

Pasarelas de pago: Son un intermediario entre la tienda on-line y la cuenta bancaria del vendedor; traslada la información suministrada por el comprador a los administradores de las redes de pago y transfieren al comprador la información relacionada con el resultado de la verificación realizada por las redes procesadoras de pago. Las pasarelas funcionan como un datafono virtual que permite a las empresas realizar recaudos y vender por internet de forma ágil, fácil y segura.

ARTÍCULO SEGUNDO: La Universidad del Magdalena adoptará, entre otros medios admitidos por el ordenamiento jurídico colombiano, los siguientes tipos de comercio electrónico:

B2B. Es el que se realiza entre las empresas, es decir, de "empresa a empresa". Este tipo de comercio puede ser abierto a todas las partes interesadas o limitado a un grupo de participantes en la cadena del valor de un producto.

B2C. Es el que se lleva a cabo entre las empresas y los consumidores. La transacción de compra se realiza electrónicamente y de forma interactiva en tiempo real.

C2C. Es el que se realiza entre "consumidor a consumidor" por medio de una plataforma especializada donde un consumidor pone a la venta un producto a otros consumidores.

B2G. Es el que se surte entre "empresa a Gobierno", siendo un derivado del tipo de comercio

B2B. Consiste en la comercialización de productos y/o servicios a diferentes niveles del gobierno.

ARTÍCULO TERCERO: ANALISIS PREVIO. - Para la adquisición de bienes o servicios mediante esta modalidad se deberá cumplir los siguientes aspectos:

- Verificar que las tiendas on-line tengan certificado de seguridad SSL.
- Verificar las opiniones y calificaciones asignadas por otros compradores sobre el vendedor o tienda online para efectos de evaluar el riesgo en la operación de compra electrónica.
- Informarse sobre las políticas de reintegro o devoluciones.
- Emplear contraseñas seguras para las cuentas.
- Exigir la expedición de facturas, asegurarlas y archivarlas luego de realizada la compra.
- Revisar las ofertas exclusivas, así como cupones de descuentos y promociones.
- Formular al vendedor las preguntas necesarias para despejar aspectos dudosos en la operación electrónica.

La constancia de cumplimiento de estos aspectos debe consignarse en el estudio de conveniencia y oportunidad.

ARTICULO CUARTO: PROCEDIMIENTO DE COMPRAS POR INTERNET: Se utilizará para compras de bienes y servicios cuya cuantía sea menor o igual a 250 SMMLV aplicando el siguiente procedimiento:

- 1. Estudio de Conveniencia y Oportunidad:** La unidad gestora deberá elaborar el Estudio de Conveniencia y Oportunidad para Contratar de conformidad con el requerimiento.
- 2. Autorización por parte del Ordenador del Gasto:** El Ordenador del Gasto deberá autorizar la expedición del CDP para adelantar el correspondiente proceso, con la firma del Formato Único para Solicitud de Certificado de Disponibilidad Presupuestal.
- 3. Certificado de Disponibilidad Presupuestal:** La Dirección Financiera – Grupo de Presupuesto expedirá el Certificado de Disponibilidad Presupuestal (CDP), una vez haya verificado que existen recursos disponibles para adelantar el proceso de contratación.
- 4. Verificación de bienes y servicios:** La Unidad Gestora deberá verificar en la tienda on- line si el producto o servicio se encuentra disponible determinando como mínimo lo siguiente: a) precio (incluidos impuestos y gastos de envío del bien o servicio si no están incluidos en el precio y deban ser asumidos por el comprador), b) especificaciones técnicas, c) modalidad de pago, d) forma y fecha de entrega, e) soporte técnico, f) servicio postventa, además de los aspectos que considere pertinente para una correcta y oportuna negociación.
- 5. Envío de mensaje de datos:** El responsable de la Unidad Gestora una vez verificado las condiciones del bien o servicio a adquirir, procederá a seleccionar el bien y servicio que pretende adquirir y realizará el pedido de conformidad con los pasos establecidos por la tienda on-line para perfeccionar la compra virtual.
- 6. Pago del bien o servicio adquirido:** El ordenador del gasto autorizará y aprobará la adquisición mediante el pago con tarjeta de crédito, o transferencia bancaria en línea, teniendo en cuenta los siguientes pasos:

Paso 1. En la página del vendedor, el comprador selecciona el(los) producto(s) que pretende adquirir y selecciona la opción pago con tarjeta de crédito.

Paso 2. Una pasarela de pagos se encarga de recibir la información del consumidor, la cual incluye identificación del usuario y datos de la tarjeta. Dicha información es trasladada de forma encriptada a las redes CREDIBANCO o REDEBAN según corresponda.

Paso 3. El ordenador del gasto, o su delegado, deberá pagar el valor del bien o servicio adquirido en una cuota.

Pasos 4. Las correspondientes redes son quienes tienen acceso a la red bancaria para solicitar la aprobación de la transacción al banco emisor de la tarjeta de crédito.

Pasos 5. El banco emisor de la tarjeta envía la respuesta a la red, sobre si la transacción fue aprobada o rechazada.

Paso 6. La red procesadora le entrega la respuesta enviada por el banco emisor a la pasarela de pagos.

Paso 7. La pasarela de pagos envía mensaje de respuesta al comprador y al vendedor.

Paso 8. En caso de que la transacción haya sido aprobada por el banco emisor, se procede a deducir del cupo de la tarjeta del comprador el monto de la compra y ser transferido a la cuenta de recaudo del vendedor.

Paso 9. Recibo de factura electrónica: El ordenador del gasto deberá verificar que se haya recibido mediante mensaje de datos la factura electrónica o su equivalente, la cual deberá incluirse en el acto administrativo fijado en el numeral 8.

7. Designación del supervisor: El Ordenador del Gasto designará mediante oficio o vía correo electrónico el funcionario y/o contratista que actuará como supervisor del bien o servicio adquirido de conformidad con el Manual de Supervisión y/o Interventoría expedido por la Universidad.

8. Expedición de acto administrativo de legalización de pago: El ordenador del gasto expedirá el acto administrativo mediante el cual hace el pago del bien o servicio adquirido al banco emisor de la tarjeta de crédito de conformidad con el Certificado de Disponibilidad Presupuestal expedido para tal fin. Dicho pago deberá realizar antes del vencimiento de la fecha de corte para pago fijada por el Banco emisor, en caso contrario el ordenador del gasto deberá pagar los intereses que se causen por el pago extemporáneo.

Parágrafo: La Universidad podrá adquirir los bienes y servicios en moneda extranjera, sin embargo, deberá tener en cuenta la fluctuación de la moneda seleccionada para efectos de realizar el pago al banco emisor.

ARTÍCULO QUINTO: DERECHO DE RETRACTO. - La universidad podrá hacer uso del derecho a retracto de conformidad con lo fijado en el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011 o la norma que lo adicione, modifique o suprima.

ARTÍCULO SEXTO: EFECTOS LEGALES DEL MENSAJE DE DATOS. - Los mensajes de datos enviados y recibidos por la Universidad tendrán todos los efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria en relación con el procedimiento aquí fijado.

ARTÍCULO SÉPTIMO: La adquisición de bienes y servicios bajo esta modalidad deberá realizarse dentro de la misma vigencia en que se expide el CDP.

ARTÍCULO OCTAVO: La presente Resolución rige a partir de la fecha de su expedición.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en la ciudad de Santa Marta D. T. C. H., a los **15 OCT 2019**


PABLO VERA SALAZAR
Rector