



Industria y Comercio
SUPERINTENDENCIA

Documentos de Trabajo

El Rol del Alcalde en el Desarrollo de los Mercados

Diego Dorado

No. 24
2020

Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia](#).

Usted es libre de:

Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

Bajo las condiciones siguientes:

- **Atribución** – Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante. Si utiliza parte o la totalidad de esta investigación tiene que especificar la fuente.
- **No Comercial** – No puede utilizar esta obra para fines comerciales.
- **Sin Obras Derivadas** – No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.

Los derechos derivados de usos legítimos u otras limitaciones reconocidas por la ley no se ven afectados por lo anterior.



La serie Documentos de Trabajo es una publicación de la Superintendencia de Industria y Comercio. Los documentos son elaborados por los miembros del Grupo de Estudios Económicos o funcionarios de la entidad, y son de carácter provisional. Los análisis, opiniones y posibles errores son de responsabilidad exclusiva de los autores y no representa la posición de la Superintendencia de Industria y Comercio en la materia.

Para cualquier duda, sugerencia, corrección o comentario, escribir a: estudioeconomicos@sic.gov.co

EL ROL DEL ALCALDE EN EL DESARROLLO DE LOS MERCADOS

Diego Dorado Hernández[^]

Resumen

En este documento se hace un análisis e identificación del rol que el alcalde en Colombia tiene sobre el desarrollo de los mercados. El documento, cuyo objetivo central es introducir la temática de discusión, parte de un primer estudio jurídico de las funciones del alcalde y como estas pueden afectar el desarrollo de los mercados, tomando como estructura básica la división funcional que tiene la Superintendencia de Industria y Comercio. En términos generales, se han identificado 3 roles principales: 1) como autoridad, lo que implica que el alcalde en sus facultades para promover el desarrollo de su territorio, adopta medidas y acciones en pro de un desarrollo ordenado y armónico, lo cual incide de manera directa en los mercados; 2) Como agente económico, en la medida que, al liderar las decisiones de uno de los sectores más importantes de la economía local, y en algunos incluso el principal, toma decisiones que inciden en la demanda y oferta de otros sectores. Ejemplo de esto, sucede en la función de prestación de servicios, en medio de una economía de mercado como la colombiana. Y el ultimo rol como solidario de la potestad nacional y departamental, siendo el representante del presidente y Gobernador en sus territorios. Se concluye que el alcalde en efecto tiene incidencia sobre el desarrollo del mercado, aunque en muchas ocasiones, ellos e incluso las leyes, no evidencian su verdadera injerencia y responsabilidad.

Abstract

This document analyzes what is the mayor's role in market development, focusing on Colombian municipalities. The aim of this paper is to introduce a discussion around the mayor's role, based on legal and specific experiences, and using Superintendency of Industry and Commerce (SIC) organization clusters as a backbone for the market analysis. The study has identified three main roles: 1) as an authority, implying that the mayor's decisions might affect local markets developments; 2) As a principal-agent. The mayor leads one of the most important economic sectors in the local economy. Their decisions might affect the correlated market in the local economy. And as national and regional government representative or liaisons. Our conclusion is that: the mayor's have a predominant role in market development; however, the laws and them do not always realize their real impact.

Palabras Clave: Alcaldes, Desarrollo local, agente económico, desarrollo de mercados, legislación.

Clasificación JEL: B41, D00, H11.

[^] Grupo de Estudios Económicos, Superintendencia de Industria y Comercio. Email: c.ddorado@sic.gov.co

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN	4
1 CONTEXTO	4
1.1 El mercado desde la visión microeconómica	5
1.2 El mercado como dinamizador del desarrollo	6
1.3 La legislación colombiana para dinamizar el mercado	8
2 La Experiencia.....	10
2.1 El desarrollo de la oferta y el alcalde	10
2.1.1 Protección de la Competencia	10
2.1.2 Propiedad Industrial	14
2.2 El desarrollo de la demanda y el alcalde	17
2.2.1 Protección al Consumidor	17
2.2.2 Protección de Datos Personales.....	19
2.3 El dinamismo del mercado	20
2.3.1 Metrología legal	20
2.3.2 Reglamentos Técnicos.....	22
2.3.3 Control de Precios	23
3 Conclusiones y recomendaciones.....	24
REFERENCIAS	25
ANEXO: REPOSITORIO JURÍDICO.....	26

INTRODUCCIÓN

La constitución política del país, es clara en atribuirles funciones a los gobernadores y alcaldes en torno al desarrollo económico y social de sus territorios, invitándolos a diseñar programas activos que dinamicen las economías locales, así como el desarrollo de obras que mejoren la competitividad de los mismos. Entre otras muchas funciones.

Sin embargo, cabe la pregunta ¿Qué entender por desarrollo económico?, a lo cual puede uno remitirse a la definición básica asociada a la capacidad de una región de producir y obtener riqueza. Concepto que suele ser medido con indicadores como el PIB per capita, el NBI, la capacidad productiva, entre otros. Detrás de todo esto, está una realidad: el desarrollo económico está asociada con la disponibilidad de bienes y servicios a la comunidad que vive en un territorio, bienes y servicios que son producidos por las empresas y el sector público. Por ende, hablar de desarrollo económico esta altamente relacionado con las condiciones que el territorio ofrezca para que se desarrollen los mercados. Que se desarrollen de manera sana, esto es que se puedan crear empresas, que estas puedan operar y que los consumidores puedan acceder a los bienes y servicios, y que estos sean asequibles a los mismos.

El presente documento pretende abarcar la importancia que significa la presencia y la interacción del alcalde con el desarrollo del mercado, es por esto que es importante inicialmente tomar algunos conceptos básicos como mercado, productores, consumidores y conocer sobre la normatividad del mercado en Colombia. Posteriormente, se va a analizar la presencia del alcalde desde sus principales roles en las funciones que representa la Superintendencia de Industria y Comercio – SIC en el mercado, y conocer sobre algunos casos, a modo de ejemplo o caso de estudio, donde se van a comprender mejor cada función y el rol en el que el alcalde se encuentra.

Este documento se encuentra organizado de la siguiente manera. En la primera sección se hace un contexto sobre microeconomía que permite entender como funciona los mercados y los consumidores, así como la legislación que aplica para Colombia en torno al desarrollo de mercados. La segunda sección se hace un análisis del mercado en sus partes más relevantes: producción, consumidores y la interacción de los dos y el rol que desempeña el alcalde en las delegaturas propias de la superintendencia de Industria y Comercio como: protección al consumidor, protección de la competencia, de la propiedad industrial, protección de datos, control de precios y Metrología y finalmente en la tercera sección se presentan las conclusiones del estudio realizado.

1 CONTEXTO

Realizando un análisis integrado de cuatro artículos de la Constitución Política de Colombia: Artículos 1, 311, 333 y 334, es evidente que el Estado, tiene un doble rol en el desarrollo de la economía: como autoridad que regula y controla, garantizando el desarrollo de la actividad económica (Artículo 333) y como agente económico, pudiendo intervenir en la producción y prestación de bienes y servicios, según corresponda (Artículo 334). Sin embargo, en esta interpretación se ve al Estado como un todo, sin una clara distinción del nivel de gobierno o arreglo institucional particular.

Al analizar los anteriores artículos a la luz de los Títulos V y XI, el Estado, es claro que estas responsabilidades deben dividirse según competencias y niveles de gobierno. Los gobernadores y alcaldes, por ejemplo, están obligados a presentar planes y programas de desarrollo económico a sus respectivas corporaciones, en el marco de su área de influencia. Analizando estas funciones desde una óptica de desarrollo de mercado, y en particular para el alcalde, se identifican tres roles, que inciden en su forma de actuar e intervenir:

- **Como autoridad local**, en la medida que este debe velar por “ordenar el desarrollo de su territorio” y por ende identifica y define medidas y acciones en pro de un desarrollo ordenado y armónico.
- **Como Agente Económico**, en la medida que debe “prestar los servicios públicos” y “construir las obras que demande el progreso local”, lo que implica que participe de la actividad económica en la prestación de bienes y servicios, ya sea de manera directa como prestador de servicios o a través de obras públicas; y vía tercerización de las mismas, pero manteniendo la responsabilidad sobre estas, como en los casos de las concesiones o incluso de alianzas público – privadas.
- **Como solidario de la potestad nacional y departamental**, en la medida que es parte de la rama ejecutiva, liderada por el señor presidente de la República en lo nacional y por el señor Gobernador en el ámbito regional, en el marco de una República unitaria.

Para entender cómo debe comportarse el alcalde frente al desarrollo del mercado y que posturas debe asumir en cada uno de sus roles identificados, es relevante comprender como es la estructura del mercado, conocer sobre el comportamiento de los consumidores y los productores. De igual manera, conocer el mercado como un componente fundamental para el desarrollo de su municipio.

1.1 El mercado desde la visión microeconómica

La microeconomía es una de las dos grandes ramas que compone la teoría económica, la cual estudia cómo se comportan e interactúan económicamente en el mercado los consumidores y las empresas. Lo cual por extensión se podrían asimilar a los ciudadanos (personas) y a los productores de bienes y servicios (empresas y sector público). La relevancia de su estudio radica en conocer el cómo y el por qué se toman las decisiones económicas y poder establecer una correcta interpretación de lo que sucede en el mercado. De igual manera, es necesario tener claro que es el mercado. Para Pindyck y Rubinfeld (2009), en primer lugar, se puede dividir en dos grupos las unidades económicas, en compradores y vendedores. Cuando se hace relación a compradores (demanda), se refiere a consumidores los cuales compran bienes y servicios, las empresas también compran trabajo, capital y materia prima los cuales usan para ofrecer sus bienes y servicios. En el caso de los vendedores (oferta), se encuentran las empresas que venden sus bienes y servicios. Básicamente, cuando se habla de un mercado podemos definir que es la interacción que efectúan un grupo de compradores y vendedores, quienes logran determinar el precio de uno o un conjunto de productos.

El mercado puede diferenciarse entre competitivo y no competitivo. El caso de un mercado perfectamente competitivo se refiere a que cuenta con una gran cantidad de compradores y vendedores, quienes no tienen influencia significativa en el precio. Un ejemplo, el mercado agrícola en su gran

mayoría es casi perfectamente competitivo. También existen algunos mercados donde se encuentran muchos productores, pero el mercado es no competitivo, cuando las empresas si pueden influir directamente en el precio. Por ejemplo, el mercado del petróleo, desde hace varias décadas este mercado ha estado controlado por la OPEP.

Para comprender a mayor profundidad el mercado, es necesario entender cómo se comportan los consumidores y productores. Siguiendo a Pindyck y Rubinfeld (2009), para conocer de una mejor manera la conducta de los consumidores se debe seguir los siguientes supuestos: i). Las preferencias de los consumidores: es necesario buscar y describir el motivo por el cual las personas prefieren un bien sobre otro; ii). Las restricciones presupuestarias: los consumidores consideran los precios ya que cuentan con una renta limitada que determina que cantidades de bienes pueden consumir; iii). Las elecciones de los consumidores: teniendo en cuenta la preferencia y su restricción presupuestaria, el consumidor decide comprar las combinaciones de bienes que van a maximizar su satisfacción o utilidad. Sin embargo, se debe tener presente que estos supuestos no siempre van a ser realistas, no siempre hay claridad en las preferencias y en varias ocasiones los consumidores no toman una decisión maximizando su utilidad.

Para seguir entendiendo al consumidor, se hace indispensable conocer el comportamiento humano mediante la economía de la conducta, siendo necesario tomar ideas de psicología y sociología para entender la conducta de los consumidores. Las experiencias en el mercado o un consumo anterior pueden influir en la decisión que el consumidor vaya a realizar. Otra conducta, puede ser cuando las personas toman decisiones sin recibir algún beneficio material o financiero a cambio, por ejemplo, las donaciones que realizan a una fundación.

Por otro lado, también se debe entender sobre el comportamiento y la toma de decisiones de las empresas. Sus decisiones pueden entenderse por medio de estos tres pasos: 1. Tecnología de producción: en este escenario se encuentra la transformación de factores como el capital, trabajo y materias primas, para elaborar productos o servicios; 2. Restricción de costes: al igual que el consumidor que se encuentra con una restricción presupuestaria, las empresas deben valorar los costos del trabajo, insumos, entre muchos otros; 3. Elecciones de los factores: la empresa cuenta con libertad de producir, de acuerdo con su tecnología de producción y su restricción de costes.

De esta forma, el comprender la estructura del mercado y las motivaciones que tienen los productores y consumidores, permiten identificar acciones más adecuadas en pro de que estos se desarrollen, y permitan alcanzar un mercado competitivo en el que la sociedad en general se vea beneficiada.

1.2 El mercado como dinamizador del desarrollo

El mercado trae consigo grandes oportunidades de crecimiento, siempre y cuando se presente imparcialidad y se cuente con las mismas reglas de juego para los actores que participan en él. Dentro de las ventajas que se pueden destacar del mercado se encuentra: eficiencia, incentivos y libertad económica. Eficiencia, ya que el mercado promueve la competencia entre las empresas generando que logren maximizar sus recursos y poder generar una mayor producción. Las empresas van a contar con incentivos para mejorar sus bienes y servicios, ya que por la competencia que genera el mercado, en algunos casos van a mejorar sus tecnologías, procesos y generar innovación. En cuanto a libertad

económica, las empresas van a contar con la libertad en producir y que producir, de igual manera los consumidores van a poder demandar a su elección.

Es importante el rol que desempeña una autoridad local, las empresas y los inversionistas deben sentirse confiados en que pueden realizar sus inversiones y ver oportunidades para desarrollo. Un claro ejemplo para Colombia es el caso de Medellín. En el 2019 *fDi*, revista de noticias e inversión extranjera directa del diario británico *Financial Times*, publicó su más reciente ranking sobre las ciudades americanas del futuro, en el cual, Medellín se ubica en el cuarto lugar del ranking de los destinos americanos de inversión más atractivo, siendo Nueva York quien ocupa el primer lugar. Este logro es impulsado de cierta manera, por la labor realizada de la Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín y el Área Metropolitana – ACI Medellín, la cual es una asociación de diferentes entidades públicas como la Alcaldía de Medellín, EPM, Área Metropolitana del Valle de Aburrá y EMVARIAS. En entrevista para La Nota Económica (2019), la directora ejecutiva de la ACI-Medellín, menciona que entre enero-agosto del 2019 se logró atraer USD \$286,45 millones en inversión extranjera, de igual manera se ha logrado mejorar el tejido empresarial y generación de empleo.

En Colombia se debe aprovechar que es el segundo país de Latinoamérica en el ranking de *Doing Business*, informe que realiza el Banco Mundial analizando los países con mayor facilidad para hacer negocios, donde Colombia se encuentra ubicada en la posición 67 de los 190 países estudiados, con una puntuación de 70,1 (la puntuación es de 0-100). Aunque se encuentra lejos de los primeros lugares, se le reconoce el esfuerzo realizado con 37 reformas desde el 2005. Sin embargo, donde más debe trabajar es en el pago de impuestos de las empresas y con el cumplimiento de los contratos.

Cuando se genera el desarrollo local, se da como resultado de la articulación de un gran conjunto de variables, sin embargo, para que estas puedan interactuar se requiere de la existencia de unas condiciones mínimas que permitan el desarrollo de productores capaces de satisfacer las necesidades de los consumidores en cantidad y precio determinados, y de la interacción de estos con los productores. Esto en esencia hace referencia al sano desarrollo de los mercados de bienes y servicios, objeto central de las políticas de promoción de la competencia y protección del consumidor.

Los diferentes modelos de desarrollo, basan sus tesis en la capacidad que tienen los mercados asociados al territorio de promover la interacción entre los oferentes y consumidores. Un ejemplo de esto es el modelo de desarrollo regional endógeno de *Coffey y Polese*, en el que identifica cuatro etapas del desarrollo local: i) el surgimiento de emprendedores locales; ii) el despegue de empresas locales; iii) la expansión de las empresas locales a nivel regional; y iv) el desarrollo de estructuras regionales de las empresas locales. (*Coffey & Polese, 1984*).

En el modelo descrito, se resalta una condición implícita: la existencia de un ambiente sano para el desarrollo de la competencia. Condición que no es necesariamente cierta. Por ejemplo, en Perú un análisis realizado en 2013 en 10 de las 21 ciudades más grandes del país no existía procedimientos para la autorización de la construcción de sistemas de telecomunicaciones; o en Rusia, en 2017 una encuesta sobre prácticas antimonopólicas, identifica que el 98.8% de las infracciones corresponden a medidas definidas en el contexto regional o local. (*The World Bank, 2018*).

1.3 La legislación colombiana para dinamizar el mercado

En primer lugar, es necesario partir desde la Constitución Política de Colombia. En sus artículos 2, 88 y 333, se deduce que el constituyente interpreta que, para garantizar el buen funcionamiento del mercado, se debe promover el derecho a la libre competencia económica, logrando que todas las personas puedan participar con eficiencia y en igualdad de condiciones. Es importante porque es el motor que mueve la economía, promoviendo bienestar para las personas y estabilidad económica para el país.

Artículo 2	<i>“Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación”.</i>
Artículo 88	<i>“La ley regulará las acciones populares para la protección de los derechos e intereses colectivos, relacionados con el patrimonio, el espacio, la seguridad y la salubridad públicos, la moral administrativa, el ambiente, la libre competencia económica y otros de similar naturaleza que se definen en ella. También regulará las acciones originadas en los daños ocasionados a un número plural de personas, sin perjuicio de las correspondientes acciones particulares. Así mismo, definirá los casos de responsabilidad civil objetiva por el daño inferido a los derechos e intereses colectivos”.</i>
Artículo 333	<i>“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. 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. “</i>

Es una garantía para el buen funcionamiento del mercado que en Colombia se garantice el derecho a la libre competencia económica, logrando que todas las personas puedan participar con eficiencia y en igualdad de condiciones. Es importante porque es el motor que mueve la economía, promoviendo bienestar para las personas y estabilidad económica para el país.

El primer acercamiento de Colombia en cuanto a la regulación de las fuerzas del mercado, se puede observar fruto de la Ley 155 de 1959, ley que lleva en vigencia más de 60 años, en la que se dictan algunas disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas. En su Artículo 1º, decreta la prohibición de todo acuerdo o convenio que pueda limitar la libre competencia. Esta ley permite que no se establezcan los cárteles, que tanto afectan a pequeños empresarios y a consumidores. En el mismo sentido, se encuentra la Ley 256 de 1996, la cual tiene como objeto *garantizar la libre y leal competencia*

económica, mediante la prohibición de actos y conductas de competencia desleal, en beneficio de todos los que participen en el mercado.

La Ley 1340 de 2009, la cual dicta normas en materia de protección de la competencia, tiene como objeto *actualizar la normatividad en materia de protección de la competencia para adecuarla a las condiciones actuales de los mercados, facilitar a los usuarios su adecuado seguimiento y optimizar las herramientas con que cuentan las autoridades nacionales para el cumplimiento del deber constitucional de proteger la libre competencia económica en el territorio nacional.* De acuerdo a un informe realizado por el Banco Mundial (2018), la competencia promueve el crecimiento de la competitividad, y a su vez la competencia cuando se refiere a la producción de bienes, impulsa la innovación, productividad y crecimiento económico. Estudios demuestran que se asocia con un aumento de la productividad tanto en las empresas como en la industria. En el caso de México, se hace referencia a que la falta de competencia afecta el desempeño económico, costándole aproximadamente un 1% del PIB.

Con respecto a la propiedad industrial, Colombia aprueba y adopta el “Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial” por medio de la Ley 178 de 1994. Este convenio se traduce en la unión de varios países por proteger la propiedad industrial, entendiéndola en su acepción más amplia y se aplica a la industria y al comercio. De acuerdo a la diferente normativa que existe en el país para regular y proteger la propiedad intelectual, se encuentra también en el Artículo 61 de la Constitución Política de Colombia, donde se hace expresa mención al deber que tiene el estado en torno a su protección: *“El estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.*

Recientemente fue sancionada la Ley de Crecimiento Económico (Ley 2010 de 2019), la cual adopta normas para la promoción del crecimiento económico, el empleo, la inversión, el fortalecimiento de las finanzas públicas y la progresividad, equidad y eficiencia del sistema tributario. Con esta ley se pretende dar una dinámica a la economía, tomando medidas como la disminución de la tributación de las empresas, compensación del IVA a favor de la población más vulnerable, exención IVA durante tres días en el año, entre otros.

En relación a la demanda del mercado, la legislación colombiana también cuenta con leyes que favorecen al consumidor. Como es el caso del Estatuto del Consumidor, Ley 1480 de 2011, cuyo objetivo es *proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos.* Igualmente, en esta materia la Superintendencia de Industria y Comercio - SIC juega un papel fundamental siendo la autoridad nacional de protección de la competencia, los datos personales y la metrología legal. El Artículo 75 de la ley en mención, creó la Red Nacional de Protección al Consumidor, con la finalidad de elevar el nivel de protección de los consumidores en cada una de las regiones de nuestro país. Para alcanzar este cometido, les corresponde a las Alcaldías como integrantes de la red, difundir y apoyar el cumplimiento de los derechos de los consumidores de manera coordinada y bajo los lineamientos que se permita formular la SIC en calidad de Secretaría Técnica de la Red. (Red del consumidor - SIC).

Adicionalmente, la Ley 1480 de 2011, atribuyó a los alcaldes de nuestro país facultades administrativas de control y vigilancia, para que, en el ámbito de su territorio, velen por la observancia de las

disposiciones que regulan los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores dentro del marco de las relaciones de consumo.

Por otro lado, la Ley 1328 de 2009 dicta normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones. El objeto de la presente ley es *establecer los principios y reglas que rigen la protección de los consumidores financieros en las relaciones entre estos y las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, sin perjuicio de otras disposiciones que contemplen medidas e instrumentos especiales de protección.*

Con el propósito de promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas en el país, se estableció la Ley 590 de 2000, la cual fue modificada y se dictan otras disposiciones por medio de la Ley 905 de 2004, cuya ley tiene por objeto *estimular a promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.* Dentro de lo dispuesto en la Ley 590 de 2000, se pretende *inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas, Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios,* entre otros.

2 La Experiencia

Con el fin de entender mejor el rol que tiene el alcalde para desarrollar los mercados, es importante fraccionar el mercado en sus partes más relevantes: producción, consumidores y la interacción de los dos, como el dinamismo del mercado o el Market Place; e intentar de manera más específica identificar el tipo de acciones, aciertos y desaciertos que la autoridad municipal tiene en pro en estimular la demanda, la oferta o regular la internación de los dos.

Analizando cada una de estas áreas, se encuentra una interesante asociación entre esta división y las delegaturas de la Superintendencia de Industria y Comercio, lo que permitirá abordar el rol del alcalde con esta división, lo que sirve a su vez para establecer una relación mucho más practica a la hora de promover alternativas que incentiven la acción municipal en cada uno.

De igual manera, se realiza unos pequeños casos de estudio sobre cada una de las funciones mencionadas, con el propósito de que se puede tener un referente de lo que sucede o ha sucedido tanto a nivel nacional como algunos casos a nivel internacional.

2.1 El desarrollo de la oferta y el alcalde

2.1.1 Protección de la Competencia

La competencia entendida como la posibilidad que existe para las empresas de entrar y desarrollarse en un mercado de manera libre, sin obstáculos. Esta está regulada por medio de la Ley 256 de 1996, la cual

dicta normas para reconocer y regular la competencia desleal y tiene por objeto garantizar la libre y leal competencia en el mercado, mediante la prohibición de actos y conductas de competencia desleal, en beneficio de todos los que participen en el mercado y en concordancia con lo establecido en el numeral 1o. del artículo 10 bis del Convenio de París, aprobado mediante la Ley 178 de 1994.

La regulación de la competencia, está reglamentada por varias leyes emitidas por el Gobierno Nacional, centrandó la responsabilidad en la Superintendencia de Industria y Comercio, con lo cual el alcalde debería realizar un rol más de solidaridad con la SIC y estar presto a informar o denuncia, según vea el caso prácticas que cuadren como de competencia desleal.

El rol del alcalde como autoridad no es admitido, puesto que los procesos de protección a la competencia son liderados por la SIC, y en su defecto por los entes gubernamentales que coadyuvan en los procesos de detección de infractores. El rol que si desempeña el alcalde es de veedor y eventualmente como agente económico en aquellas actividades en las que preste servicios, acatándose a la Ley y normas de protección de la competencia.

Marco Jurídico Analizado		
Ley 256 de 1996 (Competencia desleal), Ley 256 de 2011, Ley 155 de 1959 (Prácticas comerciales restrictivas), Decreto 2153 de 1992 (Reestructuración de la SIC), Ley 1340 de 2009 (Protección de la competencia), Decreto 2897 de 2010 (Abogacía de la competencia)-		
Rol		
Como Autoridad	Como Agente Económico	Solidario de la potestad nacional y departamental
Como autoridad no tiene ninguna facultad para regular la competencia. Sin embargo, los alcaldes dentro de sus funciones constitucionales deben de velar por el crecimiento económico de sus regiones, por lo que pueden pueden incentivar la creación de empresas, regular permisos para la constitución de establecimientos comerciales, crear exenciones de impuestos, entre otras.	En la medida que las alcaldías teniendo empresas y siendo autoridad a su vez, podría caer en el error de hacer un uso indebido de su posición dominante.	Informar o denunciar ante la SIC para dar a conocer actos que pueden tipificarse como competencia desleal.

Sin embargo, el alcalde como autoridad es el encargado de velar por el bienestar y seguridad de la población que habita en su municipio, tiene la potestad de establecer decretos o desarrollar políticas públicas buscando una mejora o beneficio para su territorio. Decisiones que en algunas ocasiones afecta de manera indirecta el desarrollo de la competencia del mercado. Razón por la cual es importante que quien ejerza la autoridad territorial debe comprender que la política de competencia.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de medidas adoptadas por alcaldes, que indirectamente han afectado la competencia de los mercados.

2.1.1.1 *Alcalde en Brasil censura un comic*

El alcalde de Río de Janeiro, en la edición XIX de la Bienal del Libro de Río (Principal feria literaria de la ciudad), durante su visita decide censurar y solicitó a los organizadores de la feria que debían recoger un comic en el cual aparecen unos superhéroes homosexuales. El alcalde, quien es evangélico y profesa abiertamente su fe, mencionó que no era correcto que los niños accedieran a ciertos temas que no corresponden a su edad, de igual manera manifestó que su objetivo era cumplir con la ley y proteger a las familias.

Finalmente, la decisión interpuesta por el alcalde fue suspendida por la Corte Suprema de Brasil y de igual manera un grupo de fiscales revisaron la exposición para determinar si se estaban presentando obras que atentaran en contra de la moral familiar. El presidente de la Corte determinó que la decisión del alcalde estaba fuera del juego democrático de Brasil.

2.1.1.2 *Distancia entre tortillerías, México*

La Comisión Federal de Competencia Económica – COFECE, decidió realizar un *Premio para identificar el obstáculo regulatorio más absurdo para competir y emprende 2016-2017*, para México. Dentro de este resultado, se encuentra el caso de la distancia entre tortillerías. De acuerdo a ciertas regulaciones en algunos municipios de México, como Uruapan – Michoacán, regulan el mercado de tortillas contemplando una distancia mínima entre cada tortillería. Esta medida puede llegar a afectar tanto al productor como al consumidor. En el caso del productor, encuentra una restricción al querer ingresar al mercado en alguna zona en específico, posiblemente porque ya se encuentra otra tortillería. En el caso del consumidor, puede llegar a encontrar precios altos y baja calidad en los productos, ya que, al no encontrarse competencia entre las tortillerías, no hay un incentivo en prestar mejor servicio y competir por los clientes.

2.1.1.3 *Nuevo día sin carro en Bogotá*

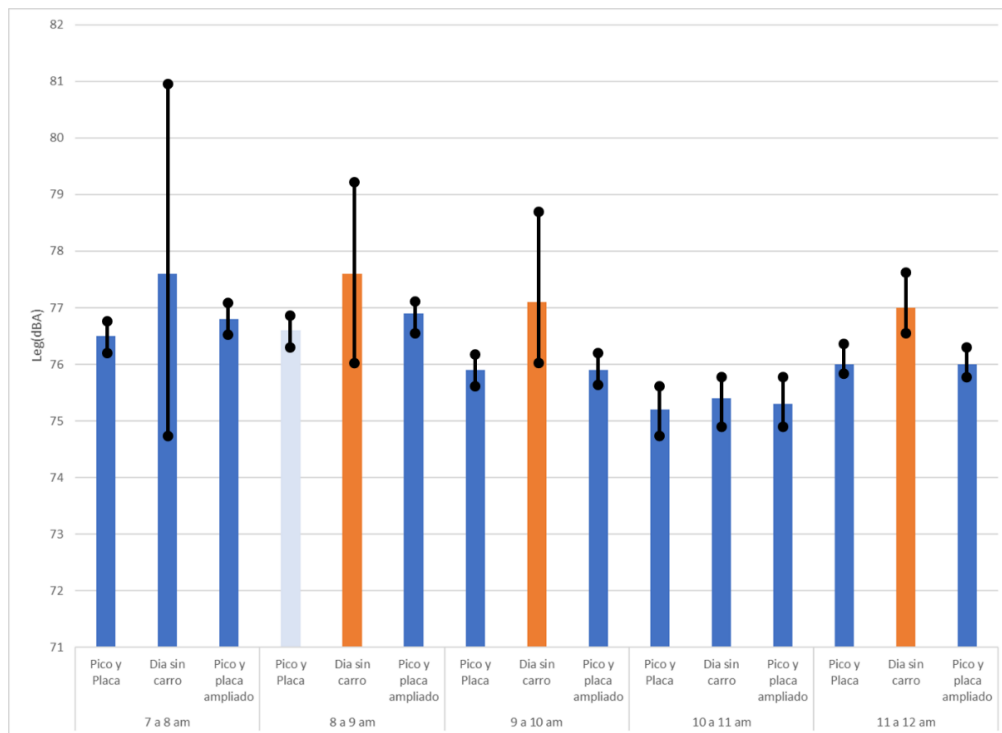
En la primera administración del alcalde Enrique Peñalosa en el año 2000, se creó el primer día sin carro en Bogotá, manifestando el alcalde que en la ciudad había un uso excesivo de dicho medio de transporte, por lo que sería una buena medida para hacer reflexionar a la ciudadanía. Esta medida en Bogotá fue aprobada por la mayoría de sus ciudadanos. Sin embargo, el comercio fue el gran afectado de dicha jornada. De acuerdo con lo que reporta Fenalco, las pérdidas en ventas de ese día superaron el 55% y ciertos sectores lo denominaron como el día de la no venta. Esta medida propuesta ha sido implementada año tras año por cada gobierno de turno hasta la actualidad.

En el año 2015 el alcalde de turno Gustavo Petro, decidió implementar un segundo día sin carro y moto para Bogotá, llegando inclusive a proponer que se implementara una vez al mes. Dicha jornada genera de cierta manera un alivio al medio ambiente, pero como se mencionó anteriormente los principales afectados con este tipo de políticas son los comerciantes. Donde se calculan tanto pérdidas en ventas como una disminución en la productividad de la ciudad.

Este tipo de medidas han llegado a incentivar en algunos sectores propuestas de implementar en sus empresas teletrabajo, ya que en esta clase de jornadas la movilidad en el servicio de transporte público se torna difícil y los tiempos pueden llegar a aumentar, por lo que plantean opciones diferentes en que las personas en estos días puedan llegar a cumplir sus jornadas laborales desde casa. De igual manera, jornadas como la mencionada del día sin carro, evidentemente afecta a un sector de la economía. Sin embargo, en otros se generan grandes oportunidades de emprender o fortalecer sus negocios, como es el caso de plataformas digitales que prestan servicios de movilidad o también es el caso de nuevos servicios de transporte como alquiler de patinetas y bicicletas como alternativas de transportarse en la ciudad.

Es importante mencionar, que las jornadas de día sin carro y moto, adicional a lo mencionado de pretender hacer reflexionar a los ciudadanos del uso excesivo de estos vehículos, también busca incentivar una cultura de uso de medios de transportes alternativos, como la bicicleta, e impactar positivamente con el medio ambiente en cuanto a una disminución de contaminación de la generación de monóxido de carbón y niveles de ruido. Con respecto a la contaminación auditiva, se realizó un estudio en el año 2011 (Ramírez, Domínguez & Borrero), quienes quisieron medir el ruido vehicular urbano, comparándolo con las medidas de pico y placa (restricción de movilidad de vehículos durante dos días de la semana de 7:00am a 9:00am y de 5:30pm a 7:30pm implementada en 1998), pico y placa ampliado (medida tomada en el 2009 ampliando el pico y placa anterior, de 6:00 am a 8:00pm) y el día sin carro. Cuyos resultados se reflejan en Figura 1.

Figura 1. Resultados Ramírez, Domínguez & Borrero (2011)



Fuente: Tomado de *El ruido vehicular urbano y su relación con medidas de restricción del flujo de automóviles*. (p. 148), por Ramírez, A., Domínguez, E. & Borrero, I., 2011, Revista de La Academia Colombiana de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales.

El estudio realizado se llevó a cabo tomando como muestra de la medición del nivel de ruido en un sector de la ciudad con un alto flujo vehicular (Carrera 7ª con calle 42). Como se evidencia en la gráfica, el día sin carro no genera grandes cambios en materia de contaminación auditiva en la ciudad, por lo contrario, puede llegar a generar unos niveles muchos más altos (guiados por el estudio y teniendo claro cómo se determina la muestra), ya que para estas jornadas se incrementan los buses y taxis, por lo que es posible mencionar que si se pretende, de cierta manera, mejorar o contribuir con menores niveles de contaminación, es posible que medidas como el día sin carro no sean las más efectivas.

Por otro lado, si se evalúa por la efectividad que ha logrado el día sin carro en propiciar el uso de medios de transportes alternativos amigables al medio ambiente, se puede decir que ha sido efectiva. La Encuesta de Movilidad del 2019 que presentó la Alcaldía de Bogotá (2019), menciona que la cantidad de viajes diarios en bicicleta que se realizaban en Bogotá en el 2011 era de 611.473, mientras que para el año 2019 esta cifra ascendió a 1.177.868 viajes diarios. Este es un aumento significativo, casi el doble de viajes en este periodo de tiempo, incremento de un 92,6%. Aunque el incremento de este medio de transporte no se de en su totalidad por la medida del día sin carro, si es de gran influencia, ya que en estas jornadas las personas prueban este tipo de transporte y en algunos casos los lleva a tomar la decisión de cambiar el medio de transportarse en la ciudad.

Con este tipo de resultados, las decisiones de un alcalde pueden generar cambios en las decisiones de los ciudadanos e impactar el mercado. Por un lado, una parte de comerciantes rechazan este tipo de medidas ya que se ven perjudicados en sus ventas (sector de autopartes), mientras que otro sector presenta oportunidades de fortalecer nuevos negocios (plataformas digitales) o negocios existentes como lo relacionado a la venta o mantenimiento de bicicletas.

2.1.2 Propiedad Industrial

La propiedad industrial es el conjunto de derechos que corresponden al autor de determinadas creaciones inmateriales que puedan tener una aplicación industrial y que se protegen como verdaderos derechos de propiedad. El rol del alcalde en cuanto a la protección de la propiedad industrial como Autoridad, es nula, dado que las leyes colombianas hacen expresa mención a que esta obligación está a cargo de la Superintendencia de Industria y Comercio quien con las cámaras de comercio que cumplen funciones específicas para estos procesos. En cuanto a su rol como Agente Económico, La constitución política de Colombia en su Art. 313 y la Ley 136 de 1994, lo faculta para incentivar la creación de empresas que participen en el mercado, lo que podría conllevar a la creación de productos o servicios con alta inventiva y probablemente patentados. Si miramos el rol del alcalde desde una perspectiva de agente solidario, tendría una gran responsabilidad en cuanto a informar a la SIC (Superintendencia de Industria y comercio), sobre los posibles comportamientos que afecten la protección de la propiedad industrial, entre ellos: actos de confusión o de imitación.

Marco Jurídico Analizado		
CPC (Artículos 58,61), Decisión Andina 486 de 2000, Ley 178 de 1994 - por la cual se aprueba el Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial, Ley 463 de 1998 – Tratado de cooperación en materia de Patentes, Decreto 2153 de 1992.		
Rol		
Como Autoridad	Como Agente Económico	Solidario de la potestad nacional y departamental
Ninguna.	Se acoge a las normas de protección de la propiedad intelectual. La CPC (Art. 313) y la Ley 136 de 1994, facultan la creación de empresas que participen en el mercado.	Informar a la SIC ante presuntos comportamientos que afecten el derecho a la propiedad industrial. Se destacan: Actos de Confusión y Actos de Imitación.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de medidas adoptadas en el marco del sector público, que han tenido incidencia en la propiedad industrial.

2.1.2.1 Eslogan “Primero la gente”

Para las elecciones a la alcaldía de Cartagena en el año 2015, el señor Manuel Vicente Duque participó como candidato en representación del grupo significativo de ciudadanos denominado “Primero la gente”. Duque mencionaba que la creación de este movimiento ciudadano fue inspirado bajo las ideas de *Amartya Sen* y *Bernardo Kliksberg* en su libro *Primero la Gente*. Con este movimiento ciudadano inscrito en la Registraduría de Cartagena, el candidato Manuel Duque ganó las elecciones, convirtiéndose en alcalde para el periodo 2016-2019.

En enero del 2017 después de un año de posesionado, el alcalde Duque recibió acusaciones de plagio, por parte de Wendy Herrera, quién fue excandidata a la Cámara de Representantes por el departamento de Bolívar. Haciendo valer sus derechos de propiedad intelectual, menciona que, en la campaña que realizó en el 2014, creó y utilizó como eslogan “Primero la gente” y adicionalmente conformó un movimiento con el mismo nombre. La intención y pretensión de Wendy Herrera era que el alcalde reconociera los derechos en materia de propiedad intelectual y derechos de autor.

Sin embargo, si se hace una revisión en la historia, se encuentra que el expresidente Carlos Lemos Simmonds, quien era vicepresidente del Gobierno de Ernesto Samper por la renuncia de Humberto de la Calle y asumió la presidencia de Colombia por 9 días. Antes de las elecciones a la presidencia de Colombia que ganaría el expresidente Ernesto Samper, fue precandidato presidencial por el partido Liberal, quien generó polémicas en su momento por las acusaciones que realizaba al Gobierno de turno por favorecer unas campañas. En su aspiración a llegar a ser el candidato del partido Liberal, estableció como su lema de campaña “Primero la gente, el Estado después”, y para ese entonces sus simpatizantes acusaron de plagio a la campaña de Ernesto Samper por utilizar un eslogan similar “Ahora le toca a la gente”.

2.1.2.2 Logo partido político Farc-EP

La guerrilla más antigua de América Latina, Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia – Ejército del Pueblo (FARC-EP), en su transición para la dejación de armas y poner el fin del conflicto en Colombia, consecuente de la firma del proceso de paz que realizó el expresidente de la República Juan Manuel Santos, estableció mecanismos para ser parte de la sociedad civil y participar en el escenario político nacional como se establecía en el acuerdo. Uno de los procesos de transformación fue el cambiar el logo de su movimiento, quienes tenían por logo una bandera de Colombia de fondo y dentro de la silueta del mapa de Colombia un par de armas, cambiándolo por unas manos unidas como se observa en la imagen anterior.

Después de haber presentado su nuevo logo ante la opinión pública, las críticas no se hicieron esperar, ya que hacían mención a la gran similitud que presentaba su nuevo logo con el de la Clínica Isis que se encuentra en Envigado – Antioquia. La administración de la Clínica hizo un llamado para negociar con las Farc-EP, ya que mencionaron que se vieron altamente afectados con la similitud de los logos, afectando la relación con sus clientes y proveedores, haciendo alusión a que las personas sentían temor de hacer presencia en la clínica.

Un par de meses después de esta presentación del logo, las Farc-EP decidieron renovarlo y establecer el que sería su logo definitivo (una rosa roja), adicionalmente cambiaron el significado de su acrónimo por Fuerza Alternativa Revolucionaria del Común, de esta manera se presentarían a los comicios electorales del año 2018.

2.1.2.3 Logo del Gobierno de Huatabampo – México

En el nuevo de Gobierno del alcalde municipal de Huatabampo en México, el señor Ramón Díaz se posesionaba para gobernar durante el periodo 2012-2015. Como es de costumbre, cada gobierno llega con un eslogan y una imagen para que su gestión sea reconocida y diferenciada por la comunidad. De igual manera, el alcalde Ramón Díaz presentó el logo oficial de su gobierno.

Este logo causó polémica y se empezaron a generar comentarios en redes sociales y medios de comunicación, ya que, como se evidencia en la imagen, el logo es muy similar al que presentaron para la promoción de los Juegos Olímpicos de Río 2016 presentado desde el 2010 y fue catalogado como plagio. La administración municipal de Huatabampo reconoció que su logo tenía cierta similitud pero que no eran iguales, y estaban dispuestos a acatar lo que las autoridades llegaran a establecer sobre el caso. Sin embargo, días después de estas acusaciones, decidieron cambiar el logo y hacerle unas modificaciones para que se lograra diferenciar con el logo de los Juegos Olímpicos Río 2016.

2.2 El desarrollo de la demanda y el alcalde

2.2.1 Protección al Consumidor

Frente a la protección del consumidor, la Ley 1480 del 2011, es clara en asignarle funciones al alcalde en materia de vigilancia y control de las disposiciones que regulan los derechos y obligaciones que surgen entre productores, proveedores y consumidores en el marco de las relaciones de consumo. Las funciones van incluso hasta facultar al alcalde a imponer multas en caso que no se cumplan las normas en materia de la protección al consumidor, tales como publicidad engañosa, o abusos de posición dominante. Facultad que es compartida con la SIC.

Así mismo, se creó una Red Nacional de Protección al Consumidor, la cual busca defender los derechos de los consumidores, promover el equilibrio entre consumidores y productores, así como la participación del ciudadano. En esta red, los alcaldes como miembros de la misma deben difundir la existencia de la Red y la promoción de sus objetivos.

Marco Jurídico Analizado		
CPC (Art. 311 y 315), Ley 1480 de 2011 – Estatuto del consumidor (Art. 62), Decreto 1551 de 2012.		
Rol		
Como Autoridad	Como Agente Económico	Solidario de la potestad nacional y departamental
La Ley 1480 de 2011, atribuyó a los alcaldes facultades administrativas de control y vigilancia, para que, en el ámbito de su territorio, velen por la observancia de las disposiciones que regulan los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores dentro del marco de las relaciones de consumo. El alcalde tiene la facultad de imponer multas hasta de cien (100) salarios mínimos mensuales legales vigentes, a favor del Tesoro Nacional, por la inobservancia de las normas en materia de protección al consumidor.	Se centra en el acatamiento de las normas	Al tener una facultad compartida con la SIC, el alcalde debe mantener relaciones con esta a fin de identificar y determinar el competente de las acciones a realizar en pro de la defensa del consumidor.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de acciones adoptadas en el marco del sector público, que han tenido incidencia en la protección al consumidor.

2.2.1.1 *Alcalde solicita a empresa de servicios que congele el precio de la energía por emergencia sanitaria*

El alcalde del municipio de Funza – Cundinamarca, en nombre de los ciudadanos radicó una queja ante la empresa de servicios públicos de energía por el aumento del precio del kilovatio/hora, solicitando que

los precios deberían de congelarse entendiendo que el país atraviesa por la emergencia sanitaria ocasionada por el COVID-19.

El alcalde recibió una gran cantidad de quejas al respecto y por eso tomó la decisión de enviar la carta a nombre propio, entendiendo que las familias pasan por un momento de dificultad económica y no ve razonable y justo que, ante la situación actual, se incrementen los precios. De igual manera, a esta petición se querían sumar 6 alcaldes de municipios vecinos. La medida, si bien podría entenderse de bien intencionada, el hecho que el alcalde, a nombre propio o como alcalde, solicite un manejo de precios en particular, evidencia la intervención en el mercado y la confusión de roles.

2.2.1.2 Publicidad engañosa en Bogotá

De acuerdo con un medio regional (Confidencial Colombia) en el 2019 el Secretario Distrital de Gobierno de Bogotá reveló, que en lo que lleva de Gobierno el alcalde de turno, se ha asesorado y respaldado a 176.251 personas por medio de las casas del consumidor, ya que han considerado que establecimientos comerciales han vulnerado sus derechos. Los principales motivos por los cuales los ciudadanos hacen esta clase de reclamos, se ocasionan por publicidad engañosa y el exceso de valor en las facturas.

El Distrito ha realizado una labor de acompañamiento, por lo que ha conseguido que a usuarios les fuera reembolsado el dinero sobre una reconexión telefónica, tras la admisión de una demanda de la Superintendencia de Industria y Comercio – SIC. De igual manera, se ha logrado conseguir que a usuarios les entregaran sus respectivos medicamentos, entre otros varios casos conseguidos.

2.2.1.3 Reformas del mercado de aviación en Indonesia

La Comisión de Supervisión de Competencia Empresarial de Indonesia (KPPU), fue un gran defensor de la apertura del mercado en servicios aéreos. La regulación que tenía Indonesia del transporte aéreo restringía el desarrollo del mercado nacional con efectos económicos y especialmente sobre los pasajeros, buscando beneficiar la aerolínea nacional. Es por esto que la KPPU sugirió ante el Ministerio de Transporte que no era conveniente que se estableciera una fijación en los precios, ya que estos debían regularse y fijarse por la fuerza el mercado, adicionalmente menciona que el Gobierno únicamente debería intervenir en el mercado en el caso que exista un mercado que haya fracasado.

Las recomendaciones realizadas por la KPPU fueron gradualmente establecidas por el Gobierno de Indonesia, las cuales trajeron consigo grandes cambios en su mercado aéreo. El número de empresas aéreas que operaban las rutas nacionales, incrementaron sustancialmente, pasando de tener 7 empresas en 1997 a 27 empresas en el 2004 y se calcula que los precios de los tiquetes aéreos llegaron a bajar en un estimado del 70%. De esta manera, se observa que los consumidores fueron grandes beneficiarios en las decisiones del Gobierno con reducir su intervención y permitir que el mercado se regule y generando espacios donde se garanticen la libre competencia. En este caso los consumidores lograron obtener una

mayor oferta en cuanto a empresas que prestan el servicio de transporte aéreo y una disminución importante en el valor de los tiquetes (*Goodwin & Martínez, 2016*).

2.2.2 Protección de Datos Personales

Cuando se hablan de datos se está abordando implícitamente la cuarta revolución industrial que tanto se menciona y es que son los datos el insumo básico y clave de esta revolución. Los datos que se generan por las personas, las empresas o los gobiernos son cada vez mucho más grandes. Los datos pueden desarrollar grandes conocimientos sobre el perfil de las personas, sobre la generación de nuevas políticas, creación de nuevos negocios, etc. (*Ontiveros & López, 2017*).

Es por esto que en materia de normatividad se ha avanzado bastante hasta el punto de que tenemos nuestra Ley de Habeas Data. La información cada vez se hace más valiosa no solo para las empresas sino también para los Gobiernos, por lo que demanda que se deba cuidar el manejo de datos y este manejo debe ser transparente. En el rol de los alcaldes, deben ser garantes que se cumpla la Ley y jugar un rol solidario denunciando cualquier tipo de irregularidad si se ven vulnerados los derechos en cuanto a la protección de datos, ya que el alcalde no cuenta con una autoridad disciplinaria en dichos asuntos.

Marco Jurídico Analizado		
CPC (Art. 15), Ley 1266 de 2008 – Ley de Habeas Data, Ley 1581 de 2012 - Por la cual se dictan disposiciones generales para la Protección de datos personales, Decreto reglamentario 1377 de 2013 - Por la cual se reglamenta parcialmente la ley 1581 de 2012, Decreto 886 de 2014 registro nacional de bases de datos, Circulares únicas de la Superintendencia de Industria y Comercio Título V, Circular externa de la SIC 008 modifica el numeral 3.2 del Capítulo Tercero del título V de la Circular Única, Sentencia Unificada 458 de 2012 de la Corte Constitucional.		
Rol		
Como Autoridad	Como Agente Económico	Solidario de la potestad nacional y departamental
Ninguno	Como agente económico esta obligado a cumplir las normas de protección de datos personales. Es importante tener presente esto, pues como principal agente, podría tender a cruzar bases de datos entre una u otra actividad. Tema que no está permitida, salvo autorización explícita del individuo.	Ley 1266 de 2008, estima que todos los mandatarios municipales y gubernamentales, debe de establecer autoridad y establecer protocolos que permitan salvaguardar la intimidad e información de los ciudadanos.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de medidas adoptadas en el marco del sector público, que han tenido incidencia en el manejo y protección de los datos personales.

2.2.2.1 Tratamiento de datos personales Alcaldía de Bogotá D.C.

Con la pandemia que se vive en la actualidad y el alza constante que se presenta en el número de contagios y muertes a causa del Covid-19, tanto el Gobierno nacional como los gobiernos departamentales y municipales, buscan constantemente estrategias que les permitan como lograr la menor cifra posible de contagios y como atender las personas ya contagiadas para que de alguna manera se les pueda garantizar una buena atención y se logren salvar la mayor cantidad de vidas posibles.

La alcaldesa de Bogotá D.C. Claudia López, con el objetivo de obtener un control, poder identificar y hacerle un seguimiento a los ciudadanos que circulan por las calles de la ciudad, decidió crear una app denominada “Bogotá Cuidadora”, en la que toda persona que necesite moverse debería registrarse y completar un formulario, en el cual las autoridades podrían tener el acceso de la información para su respectiva verificación y que se cumpla con lo establecido en las excepciones de movilidad que estipula el Gobierno nacional en el decreto.

El registro en la app se convirtió de carácter obligatorio para moverse en la ciudad, tal y como quedó establecido en el Decreto 128 de 2020 de la Alcaldía de Bogotá D.C. y adicionalmente se generarían sanciones para aquellas personas que no hubiesen cumplido con el registro, el cual podría ser revisado por las autoridades policiales. Esta medida de inmediato generó rechazo por gran parte de los ciudadanos, expresando la preocupación sobre la recolección de datos que pretendía obtener la alcaldía y no era claro el manejo que se le iba a dar al mismo. En algunos casos se mencionaba que era una medida inconstitucional, ya que violaba la normatividad de la protección de datos personales. Ante la presión ciudadana, la alcaldesa decide derogar el artículo que habla sobre obligatoriedad y queda el registro de una manera voluntaria. Adicionalmente la Superintendencia de Industria y Comercio, le envió una serie de requerimientos a la alcaldía para conocer y verificar si se cumple con lo que regulado en Colombia en cuanto a recolección y tratamiento de datos personales.

2.3 El dinamismo del mercado

2.3.1 Metrología legal

La metrología es definida como la ciencia de las mediciones y sus aplicaciones y se divide en 3 ramas: científica, industrial y legal. En lo que respecta a la metrología legal, los alcaldes juegan un papel importante ya que tienen potestad de organizar y realizar operativos para vigilar y, si es el caso, multar a los establecimientos que no estén cumpliendo con las medidas metrológicas legales, las cual van a afectar directamente a los consumidores.

Marco Jurídico Analizado		
Decreto 2269 de 1993 - por el cual se organiza el Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología.		
Rol		
Como Autoridad	Como Agente Económico	Solidario de la potestad nacional y departamental
Los alcaldes deben de velar por el cumplimiento de la normativa, y en su rol de autoridad y veedor podría incidir en la apertura o cierre de establecimientos comerciales que dejen de cumplir la normativa.	Ninguno.	El alcalde de acuerdo a las facultades que tiene para controlar, vigilar y multar actos que contravengan los reglamentos técnicos de Metrología, es representante de la Superintendencia y por ello ejerce un rol solidario frente a las decisiones que tome la entidad.

Como casos de estudio, se tomó los operativos que realizan en una de las localidades de Bogotá, donde encuentran ciertas irregularidades y otra jornada realizada desde la secretaria de gobierno de Bogotá en unas estaciones de servicio, donde deciden sellarlas porque las medidas de sus bombas no estaban calibradas.

2.3.1.1 Operativos en estaciones de servicio y comercio, localidad de Suba – Bogotá D.C.

En relación al cumplimiento de la Norma Técnica Colombiana NTC 2031, en Bogotá las alcaldías locales realizan operativos a establecimientos comerciales y estaciones de servicio para que cuenten con las medidas correctas y de esta manera poder evitar que los usuarios o consumidores se vean afectados con cobros indebidos.

El día 27 de diciembre del 2017 se realizó uno de los operativos de verificación, que se hacen regularmente, por parte de funcionarios de la Alcaldía Local de Suba. Dentro del recorrido se visitó una estación de servicios, donde se verificó la mitad de los surtidores tomando una muestra de 5 galones por cada surtidor con recipientes volumétricos. Una vez revisada la medida de los surtidores y comprobando que se encuentran en buenas condiciones para prestar el servicio, se les otorgó unos sellos que certifican a la estación para que pueda seguir suministrando combustible a sus clientes.

En esta misma jornada, se realizaron unas visitas a 3 establecimientos de comercio, donde se realizaron pruebas a las básculas con las que operan. De las básculas revisadas, 2 tuvieron que ser retiradas de su servicio, pasando únicamente una sola báscula, a la cual le fue establecido el sello de aprobación. Con respecto a las 2 basculas que no pasaron la revisión, dichos establecimientos cuentan con 15 días para repararlas para que puedan funcionar correctamente.

2.3.1.2 Distrito sella nueve estaciones de servicio

El secretario de Gobierno de Bogotá en el año 2019, dirigió un operativo de inspección donde se realizaron 36 visitas a estaciones de servicio, para realizar la verificación de la medida para la venta de gasolina y corroborar que no estuvieran adulteradas, teniendo como resultado el sellamiento de 9

estaciones de servicio por no tener las medidas correctas de peso y medida. Estas estaciones de gasolina se encontraban ubicadas en diferentes localidades de Bogotá.

Las estaciones de servicios que fueron selladas, debían realizar un mantenimiento y reparar las medidas para que los habitantes de Bogotá no se vean afectados con cobros adicionales a lo que están realmente pagando. En el caso que se repita este tipo de prácticas, la alcaldía no solo podrá sellar por unos días su funcionamiento, sino que también podrán llegar a cerrar definitivamente con los negocios que reincidan.

2.3.2 Reglamentos Técnicos

Los reglamentos técnicos, de acuerdo a la Superintendencia de Industria y Comercio – SIC, son documentos de obligatorio cumplimiento que expiden las autoridades de regulación que hacen parte del Gobierno Nacional, en el que establece cuales son las características de un producto, servicio o proceso, con el propósito de proteger la vida, salud, seguridad, medio ambiente y evitar que los consumidores cometan acciones equivocadas. Dentro de los reglamentos técnicos vigilados por la entidad, se encuentran en productos de consumo personal, productos de consumo en el hogar, vehículos, industria, GNV y gas domiciliario.

Debe resaltarse que en el país hay algo así como 110 reglamentos técnicos avalados, de los cuales la SIC vigila 34. Otros tantos pueden estar bajo la responsabilidad de los alcaldes municipales.

Marco Jurídico Analizado		
Decreto 3466 de 1982 - Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones, Decreto 1595 de 2015		
Rol		
Como Autoridad	Como Agente Económico	Solidario de la potestad nacional y departamental
Los alcaldes esta facultados, al igual que la SIC para ejercer funciones administrativas e imponer sanciones correspondientes en caso de incumplimiento de reglamentos técnicos y metrología legal.	Ninguno.	El alcalde de acuerdo a las facultades que tiene para controlar, vigilar y multar actos que contravengan los reglamentos técnicos de Metrología, es representante de la Superintendencia y por ello ejerce un rol solidario frente a las decisiones que tome la entidad.

2.3.2.1 “Nuevo Doña Gallina”

La Superintendencia de Industria y Comercio – SIC, impuso una multa de \$450 millones de pesos a la empresa Quala, por emplear afirmaciones no veraces sobre la composición del caldo deshidratado “Nuevo Doña Gallina”. Durante la investigación realizada, la empresa Quala no logró demostrar que la composición de su nuevo producto se basara 100% en gallina criolla, ni tampoco el ingrediente de carne de gallina, como se encuentra en la composición del empaque del producto, estuviera compuesto de

manera exclusiva con carne de gallina criolla. La decisión de la Superintendencia se adopta para proteger el derecho que tienen los consumidores a recibir información y publicidad veraz con relación a los productos que se encuentran en el mercado. (SIC, s.f.).

2.3.3 Control de Precios

La entidad en Colombia que se encarga de inspeccionar, vigilar, y controlar el cumplimiento de los regímenes de control de precios es la Superintendencia de Industria y Comercio – SIC. Sin embargo, el control no se realiza para todos los productos o servicios en el mercado, ya que se encuentra estipulado para agroquímicos, compra de leche cruda, medicamentos y dispositivos médicos.

Marco Jurídico Analizado		
Decreto 2876 de 1984 – Sobre control de precios		
Rol		
Como Autoridad	Como Agente Económico	Solidario de la potestad nacional y departamental
El decreto 2876 de 1984, les da la competencia a los Alcaldes Municipales, para investigar las contravenciones a las normas sobre control y vigilancia de precios, así como la facultad de adicionar los precios por razón de flete por concepto de transporte que compete a los Comités Municipales de Precios, los cuales serán creados por los Gobernadores, Intendentes y Comisarios y estarán conformados por los alcaldes o secretarios de Gobierno del respectivo municipio” (Artículo 7 y 8 respectivamente del decreto 2876 de 1984).	Ninguno.	El alcalde de acuerdo a las facultades que tiene para controlar, vigilar y multar actos que contravengan los reglamentos técnicos de Metrología, es representante de la Superintendencia y por ello ejerce un rol solidario frente a las decisiones que tome la entidad.

2.3.3.1 *Seguimiento y control a productos de primera necesidad*

El Gobierno nacional de Colombia, por medio de sus ministerios de Comercio, Industria y Turismo, Salud y Agricultura y Desarrollo Rural, establecieron por medio de la Resolución 078 de 2020 un listado con 26 productos de primera necesidad los cuales van a ser objeto de seguimiento y control por parte del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE y la Superintendencia de Industria y Comercio – SIC, buscando evitar la especulación en los precios y prevenir las conductas de acaparamiento que se puedan enfrentar por la emergencia sanitaria, medida reglamentada por medio del Decreto 507 de 2020.

Esta medida se presenta ya que en el mercado se empezó a especular con los precios de algunos productos esenciales de bioseguridad para enfrentar la pandemia, como es el caso de los tapabocas, guantes para examen, alcohol, antibacterial, entre otros. De igual manera, se observa en algunos medicamentos y

alimentos. Esta decisión tomada por el Gobierno, pretende principalmente favorecer el acceso de productos básicos a los hogares más vulnerables y el de garantizar el bienestar a los colombianos.

Dentro de lo estipulado en el Decreto 507, se busca el apoyo de los gobernadores y de los alcaldes para implementar las acciones de inspección, vigilancia y control dentro de sus territorios y deberán enviar un reporte dirigido a la SIC, en el caso de encontrar posibles variaciones en los precios.

3 Conclusiones y recomendaciones

Como evidencio *Coffey y Polese* (1984) en su modelo de desarrollo regional endógeno, entre más dinámico sea el mercado, mayor desarrollo y bienestar podría existir para su comunidad. De hecho, el Banco Mundial, entre otros organismos estudiosos en temas de desarrollo, han demostrado con creces la incidencia que sobre el empleo y el bienestar tiene el tener mercado competitivos en las ciudades.

Un buen funcionamiento del mercado local trae consigo beneficios, generando un bienestar económico y social, genera desarrollo para la región, genera competencia entre las empresas, lo que significa una mayor utilidad para los consumidores, ya que las empresas van a contar con incentivos para mejorar su producción, mejorar los precios y la calidad de sus servicios. De igual manera, los consumidores van a contar con oportunidad de elección de acuerdo a sus preferencias.

El alcalde no puede ser ajeno a esta realidad, y por el contrario, debe tomarlo como una de sus banderas de gobierno, pero teniendo la prudencia de analizar y medir sus acciones, pues una medida desacertada podría generar un alto costo en la difícil construcción de un mercado.

El alcalde como autoridad debe velar porque tanto como las empresas y los consumidores se les garanticen sus derechos. Pero así mismo debe ser consciente que él, como representante de un sector que compra y ofrece bienes y servicios, es decir como un agente económico más, esta en una posición privilegiada, que implica tomar decisiones pro mercado.

Por último, el alcalde no puede olvidarse que hace parte de un arreglo institucional que va desde el nivel nacional hasta el nivel local y por ende sus decisiones y acciones deben buscar crear o permitir que se den las condiciones para que cada uno de los actores de este arreglo institucional, puedan cumplir sus responsabilidades.

De esta manera las investigaciones en torno al desarrollo de mercados locales en Colombia podrían estar dirigidos al reconocimiento de los roles, funciones y obligaciones de los alcaldes en Colombia que no son solo las atribuidas en la constitución política de Colombia; este reconocimiento permitiría también abrir una agenda nacional de discusión y reconocimiento de los roles tan importantes que tienen los Alcaldes en el desarrollo de los mercados locales que sin duda alguna influye en el desarrollo económico del país.

REFERENCIAS

- R. Pindyck & D. Rubinfeld. (2009). *Microeconomía*. Séptima edición. Pearson Educación, S.A., Madrid.
- OECD. (2017). *A Step Ahead: Competition Policy for Shared Prosperity and Inclusive Growth*. World Bank Group.
- La Nota Económica. (2019). *Medellín ha atraído más de USD 286 millones en inversión extranjera durante 2019*. Recuperado de: <https://lanotaeconomica.com.co/negocios/medellin-ha-atraido-mas-de-usd-286-millones-en-inversion-extranjera-durante-2019.html>
- Goodwin, T. & Martínez, M. (2016). *Transforming markets through competition: new developments and recent trends in competition advocacy*. World Bank Group.
- Cofece. (2018). Resultados Premio para identificar el Obstáculo Regulatorio más absurdo para competir y emprender 2016-2017.
- Confidencial Colombia. (2019). *Publicidad engañosa, principal reclamo de los bogotanos*. Recuperado de: <https://confidencialcolombia.com/bogota/publicidad-enganosa-principal-reclamo-de-los-bogotanos/2019/10/25>
- Ontiveros, E. & López, V. (2017). *Economía de los Datos: Riqueza 4.0*. Fundación Telefónica. Recuperado de: <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2018/11/Libro-Economia-de-los-Datos-Ontiveros.pdf>
- Coffey, W. & Polese, M. (1984). *The concept of local development: a stages model of endogenous regional growth*. *Papers of the regional science association*, 55.
- The World Bank. (2018). *Promoting Competition in Local Markets in Mexico*.
- Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). Superindustria sanciona a QUALA por publicidad engañosa en su producto DOÑA GALLINA CRIOLLA. Recuperado de: <https://www.sic.gov.co/noticias/superindustria-sanciona-a-QUALA-por-publicidad-enganosa-en-su-producto-DONA-GALLINA-CRIOLLA>

ANEXO: REPOSITORIO JURÍDICO

Normatividad	Disposición / Objeto
Constitución Política de Colombia – Art. 2.	Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación.
Constitución Política de Colombia – Art. 58.	Se garantizan la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores.
Constitución Política de Colombia – Art. 61.	El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.
Constitución Política de Colombia – Art. 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.
Constitución Política de Colombia – Art. 88.	La ley regulará las acciones populares para la protección de los derechos e intereses colectivos, relacionados con el patrimonio, el espacio, la seguridad y la salubridad públicos, la moral administrativa, el ambiente, la libre competencia económica y otros de similar naturaleza que se definen en ella. También regulará las acciones originadas en los daños ocasionados a un número plural de personas, sin perjuicio de las correspondientes acciones particulares. Así mismo, definirá los casos de responsabilidad civil objetiva por el daño inferido a los derechos e intereses colectivos
Constitución Política de Colombia – Art. 311.	Al municipio como entidad fundamental de la división político-administrativa del Estado le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes.
Constitución Política de Colombia – Art. 315.	Las atribuciones del alcalde.
Constitución Política de Colombia – Art. 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. 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.
Ley 155 de 1959	Por la cual se dictan algunas disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas.
Ley 136 de 1994	Por la cual se dictan normas tendientes a modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios.
Ley 178 de 1994	Por medio de la cual se aprueba el "Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial", hecho en París el 20 de marzo de 1883, revisado en Bruselas el 14 de diciembre de 1900, en Washington el 2 de junio de 1911, en La Haya el 6 de noviembre de 1925, en Londres el 2 de junio de 1934, en Lisboa el 31 de octubre de 1958, en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y enmendado el 2 de octubre de 1979.
Ley 256 de 1996	Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal.

Normatividad	Disposición / Objeto
Ley 463 de 1998	Por medio de la cual se aprueba el "Tratado de cooperación en materia de patentes (PCT)", elaborado en Washington el 19 de junio de 1970, enmendado el 28 de septiembre de 1979 y modificado el 3 de febrero de 1984, y el reglamento del tratado de cooperación en materia de patentes.
Ley 590 de 2000	Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.
Ley 905 de 2004	Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.
Ley 1266 de 2008	Por la cual se dictan las disposiciones generales del hábeas data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones.
Ley 1328 de 2009	Por la cual se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones.
Ley 1340 de 2009	Por medio de la cual se dictan normas en materia de protección de la competencia.
Ley 1480 de 2011	Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones.
Ley 1581 de 2012	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.
Ley 1753 de 2015	Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 "Todos por un nuevo país".
Ley 2010 de 2019	Por medio de la cual se adoptan normas para la promoción del crecimiento económico, el empleo, la inversión, el fortalecimiento de las finanzas públicas y la progresividad, equidad y eficiencia del sistema tributario, de acuerdo con los objetivos que sobre la materia impulsaron la Ley 1943 de 2018 y se dictan otras disposiciones.
Decreto 3466 de 1982	Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones.
Decreto 2876 de 1984	Por el cual se dictan normas sobre control de precios y otras disposiciones.
Decreto 0863 de 1988	Por el cual se reglamenta el Decreto -Ley número 3466 de 1982, en cuanto a la fijación de precios, y se dictan otras disposiciones.
Decreto 2153 de 1992	Por el cual se reestructura la Superintendencia de Industria y Comercio y se dictan otras disposiciones.
Decreto 2269 de 1993	Por el cual se organiza el Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología.
Decreto 2897 de 2010	Por el cual se reglamenta el artículo 7° de la Ley 1340 de 2009.
Decreto reglamentario 1377 de 2013	Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1581 de 2012.
Decreto 886 de 2014	Por el cual se reglamenta el artículo 25 de la Ley 1581 de 2012, relativo al Registro Nacional de Bases de Datos.
Decreto 1074 de 2015	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
Decreto 1595 de 2015	Por el cual se dictan normas relativas al Subsistema Nacional de la Calidad y se modifica el Capítulo VII y la Sección 1 del Capítulo VIII del Título I de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, Decreto número 1074 de 2015, y se dictan otras disposiciones.