



**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO**

RESOLUCIÓN NÚMERO 65205 DE 2020

(16 de octubre de 2020)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Radicación N° 18-256766

LA DIRECTORA DE INVESTIGACIONES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

En ejercicio de sus facultades legales, en especial por las conferidas por la Ley 1480 de 2011, el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo -Ley 1437 de 2011- y el Decreto 4886 de 2011 y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor de la Superintendencia de Industria y Comercio, en cumplimiento de las funciones de inspección, vigilancia y control, en especial las establecidas en el Decreto 4886 de 2011 y acorde con lo dispuesto en la Ley 1480 de 2011 y demás normas concordantes, le requirió a **RAPPI S.A.S.** identificada con NIT. 900.843.898-9, en adelante la investigada mediante los oficios números 18-256766-0 y 18-256766-1 del 3 de octubre de 2018, que allegara en un plazo máximo de diez (10) días hábiles contados a partir del recibo de la comunicación, lo siguiente:

“(...)

1. Indicar cuál es su naturaleza jurídica.
2. Informar qué actividades comprenden su objeto social
3. Describir con detalles cuáles son los servicios que se prestan a los consumidores.
4. Informar cuáles son los términos, condiciones y restricciones para el uso de la página web y aplicación móvil.
5. Indicar si dentro de las modalidades de negocio que maneja Rappi actúa como portal de contacto o como plataforma de comercio electrónico.
6. Especificar con ocasión al giro de su actividad económica en qué casos puntuales actúa como portal de contacto o como plataforma de comercio electrónico. (Aportar las pruebas que permitan sustentar su respuesta).
7. Aportar las pruebas que permitan advertir la información suministrada a los consumidores en relación con su identidad (nombre o razón social, número de identificación tributaria NIT), dirección de notificación judicial, teléfonos, correo electrónico) y demás datos de contacto.
8. Allegar en medio magnético las piezas publicitarias, términos, condiciones y restricciones, vigencia y disponibilidad de las últimas veinte (20) ‘RappiPromo’ que tuvo disponible en la página web y aplicación móvil durante los últimos tres (3) meses.
9. Informar cuáles son los medios de pago autorizados y allegar la información suministrada a los consumidores al respecto.
10. Indicar la información previa que se suministra a los consumidores en relación con los tiempos de entrega de los productos y/o servicios que se comercializan mediante la página web y aplicación móvil. (Aportar las pruebas que sustenten su respuesta).
11. Informar cuál es el procedimiento utilizado para establecer los tiempos estimados en la entrega de los productos y/o servicios solicitados por los consumidores a través de sus canales (página web y aplicación).
12. Indicar cuáles son las soluciones brindadas a los consumidores en el evento que no sea posible suministrar el bien y/o servicio en la hora informada previamente.
13. Explicar cuáles son los términos, condiciones y procedimiento para que los consumidores puedan ejercer el derecho de retracto.
14. Indicar si el precio total informado en relación con los bienes y/o servicios disponibles en la página web o aplicación móvil abarca los impuestos, costos y demás gastos adicionales que deba cancelar el consumidor para adquirirlos.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

15. *Explicar cómo se determina el valor del envío y/o domicilio y cuál es la información previa suministrada al consumidor en relación con el mismo. (Aportar las pruebas que respalden su respuesta).*
16. *Aportar en medio magnético las pruebas que puedan advertir el cumplimiento de lo siguiente: ‘Mantener en mecanismo de soporte duradero la prueba de la relación comercial, en especial de la identidad plena del consumidor, su voluntad expresa de contratar, de la forma en que se realizó el pago y la entrega real y efectiva de los bienes o servicios adquiridos, de tal forma que garantice la integridad y autenticidad de la información y que sea verificable por la autoridad competente’.*
17. *Indicar cuáles son los mecanismos de seguridad que han sido adoptados por la sociedad en procura de garantizar la información personal del consumidor y de la transacción comercial.*
18. *Indicar de qué medios dispone para que los consumidores presenten sus peticiones, quejas y reclamos –PQR-. (Aportar el procedimiento que se tiene establecido para tal finalidad).*
19. *Informar los medios por los cuales los consumidores pueden solicitar la reversión del pago.*
20. *Allegar copia de diez (10) solicitudes de reversión de pago realizadas en los últimos seis (6) meses.*
21. *Indicar el procedimiento y los casos en qué se realiza la reversión del pago. (Aportar las pruebas que sustenten su respuesta).*
22. *Indicar cuáles son las medidas que se adoptan para verificar la edad del consumidor y la forma mediante la cual se deja constancia de la autorización expresa de los padres cuando la persona que solicita bienes y/o servicios se trata de un menor de edad.*
23. *Aportar copia de diez (10) facturas de compra emitidas en razón al servicio denominado ‘lo que quieras’.*
24. *Allegar en medio magnético treinta (30) comprobantes de pago emitidos a los consumidores en razón a la adquisición de productos y/o servicios a través de la página web y aplicación móvil.*
25. *Indicar en qué consiste el servicio ‘En 35 minutos o gratis’.*
26. *Informar el número de entregas gratuitas que se han efectuado a los consumidores en los últimos seis meses en cumplimiento al servicio ‘En 35 minutos o gratis’, allegar las pruebas que respalden su respuesta.*
27. *Indicar el procedimiento que se surte en los eventos que los bienes solicitados por los consumidores se adquieran en establecimientos que otorguen beneficios tales como bonos, acumulación de puntos, etc.*
28. *Allegar en medio magnético la relación de peticiones, quejas y reclamos –PQR- presentadas durante los últimos seis (6) meses, en relación con los servicios ofrecidos, indicando la fecha de presentación, quejoso, motivo y trámite dado a la misma (...).”*

SEGUNDO: Que en atención a lo anterior, esta Dirección evidenció que la investigada allegó mediante el radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, la información que le fue solicitada.

TERCERO: Que por otra parte, esta Dirección en ejercicio de sus funciones tuvo conocimiento de la queja identificada con el radicado número **18-246928-0** del 28 de septiembre de 2018, que fue presentada por el señor **JOSÉ JULIÁN GÓMEZ DE LOS RIOS**, identificado con la cédula de ciudadanía número 71.310.992 en contra de la investigada y mediante la cual manifestó una presunta vulneración de los derechos que le asisten a los consumidores, toda vez que, argumentó, entre otras cosas, lo que a continuación se expone:

“(...) RAPPI Tiene un contrato que se llama RAPPI PRIME en el cual se paga una mensualidad y se tiene derecho a solicitar el servicio sin que te cobren el envío ni recargos nocturnos ni por lluvia. Rappi está incumpliendo esta promesa, específicamente en los pedidos a CARULLA EXPRESS, pues está cobrando una tarifa adicional. Esta tarifa no es fija y depende del valor de la compra. Con esto creo que están engañando al (sic) usuario y están haciendo cobros indebidos (...).”

CUARTO: Que con fundamento en lo anteriormente expuesto, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor en cumplimiento de las funciones de inspección, vigilancia y control, en especial las establecidas en el Decreto 4886 de 2011 y acorde con lo dispuesto en la Ley 1480 de 2011 y demás normas concordantes, le requirió a la investigada mediante los oficios números 18-246928-3 y 18-246928-4 del 25 de octubre de 2018, que allegara a más tardar el 15 de noviembre de 2018, lo siguiente:

- “(...) 1. Anexas la totalidad de piezas publicitarias por medio de las cuales se ofreció el servicio ‘Rappi Prime’. Indicando los medios y la frecuencia con que se anunció.*
- 2. Indicar en qué consiste el servicio ‘Rappi Prime’ y allegar la información previa suministrada a los consumidores respecto al mismo.*

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

3. Señalar los términos, condiciones, restricciones del servicio.
4. Aportar copia de cinco (5) contratos suscritos con los consumidores por el servicio ‘Rappi Prime’.
5. Allegar copia de diez (10) facturas en las que se evidencie el cumplimiento de las condiciones del servicio ‘Rappi Prime’.
6. Adjuntar la relación de PQR’s presentadas en relación con el servicio ‘Rappi Prime’, indicando fecha de radicación, quejoso, motivo, trámite dado a la misma (...).”

QUINTO: Que en atención a lo anterior, esta Dirección evidenció que la investigada allegó mediante el radicado número 18-246928-5 del 15 de noviembre de 2018, la información que le fue requerida.

SEXTO: Que de otro lado, esta Dirección en ejercicio de sus funciones tuvo conocimiento de la queja identificada con el radicado número **19-47248-0** del 24 de febrero de 2019, que fue presentada por la señora **MARÍA CAMILA GARCÍA**, identificada con la cédula de ciudadanía número 1.019.079.670 en contra de la investigada y mediante la cual manifestó una presunta vulneración de los derechos que le asisten a los consumidores, toda vez que, argumentó, entre otras cosas, lo siguiente:

“(...) Rappi me envía un correo diciéndome que tengo 18.000 Rappi créditos (equivalentes a 18.000 COP) para usar a partir de las 10:00 am y durante el 23 de Feb. Hago mi pedido y selecciono que, del valor total, me descuenten los 18.000 pesos en Rappi créditos. Tomo pantallazo de esto como constancia. Llega el domiciliario y me cobra el valor total, sin descontarme los 18mil (pero mis créditos ya aparecen en 0 en la app). Le explico la situación y nos comunicamos con la central de Rappi. Su respuesta es que ‘la promoción se vencía a la 1pm y yo solicité el domicilio a la 1:01pm’, y no me aplican el descuento. En NINGUNA parte del correo que me mandan dice la fecha de vencimiento de la promoción, por lo cual considero es publicidad engañosa (...).”

SÉPTIMO: Que con fundamento en lo anterior, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor en cumplimiento de las funciones de inspección, vigilancia y control, en especial las establecidas en el Decreto 4886 de 2011 y acorde con lo dispuesto en la Ley 1480 de 2011 y demás normas concordantes, le requirió a la investigada mediante los oficios números 19-47248-3 y 19-47248-4 del 23 de mayo de 2019, que allegara a más tardar el 13 de junio de 2019, lo siguiente:

- “(...) 1. Informar en qué consistió la promoción enviada vía correo electrónico el día 23 de febrero de 2019 por medio de la cual ofrece lo siguiente: ‘Acabas de recibir \$18.000 pesos en Rappi créditos’. (En adelante la promoción).*
2. Señalar los términos, condiciones, restricciones y vigencia de la promoción.
 3. Allegar la totalidad de piezas publicitarias por medio de las cuáles se ofreció la promoción, indicando los medios y la frecuencia con que se anunció.
 4. Allegar constancia del representante legal de la sociedad en que certifique y relacione el valor de Rappi créditos asignados con los que se hayan redimido efectivamente con ocasión a la promoción.
 5. Adjuntar copia de diez (10) facturas de venta emitidas con ocasión a la promoción.
 6. Anexar la relación de peticiones, quejas y reclamos recibida con ocasión a la promoción, indicando fecha de radicación, quejoso, motivo y trámite dado a la misma (...).”

OCTAVO: Que como consecuencia del anterior requerimiento de información, esta Dirección evidenció que la investigada allegó mediante el radicado número 19-47248-5 del 13 de junio de 2019, la información que le fue solicitada.

NOVENO: Que por otro lado, esta Dirección en ejercicio de sus funciones tuvo conocimiento de la queja identificada con el radicado número **18-247095-0** del 28 de septiembre de 2018, que fue presentada por la señora **CAROLINA HERRERA SMALL**, identificada con la cédula de ciudadanía número 53.911.175 en contra de la investigada y mediante la cual manifestó una presunta vulneración de los derechos que le asisten a los consumidores, toda vez que, argumentó, entre otras cosas, lo que a continuación se expone:

“(...) El día 28 de septiembre compré unos camarones que estaban publicados en la plataforma de Rappi por 1.507 pesos por 100 gramos. Compré tres kilos y cuando fui a pagar la respuesta de soporte de Rappi es ‘buenos días carolina, nos comunicamos contigo para informarte que en el momento no es posible hacer garantía de los precios que solicitas en el momento... esto dado a que en nuestros términos y condiciones estamos sujetos a disponibilidad de existencias de las promociones en el punto de venta’. También me dicen esto ‘por ley estamos obligados a mantener los precios y promociones del almacén de existencias, el producto lo hay pero no en promoción, por lo que no puedo ofrecerle ese producto a ese precio’ cabe mencionar que en ningún momento la publicación dice que sea una promoción, ni tiene ninguna información al respecto. Esta es la tercera vez que me pasa

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

esto, ellos no responden por promociones ofertadas, por precios publicados, no existe respuesta de nada. Este contrato de Rappi es un contrato abusivo de poder y tiene su aplicación plagada de publicidad engañosa, de precios que no respetan y de promociones que no existen (...).”

DÉCIMO: Que como consecuencia de lo anterior, esta Dirección emitió los oficios números 18-247095-1 y 18-247095-2 del 25 de octubre de 2018, mediante los cuales le informó a la quejosa, que esta Autoridad se encontraba adelantando una averiguación preliminar en contra de la investigada a través del radicado número 18-256766 y que se tendría en cuenta dicha denuncia en caso de que se iniciara una investigación administrativa. En ese orden, se procedió a acumular el radicado de la queja al expediente antes citado.

DÉCIMO PRIMERO: Que de otra parte, esta Dirección en ejercicio de sus funciones tuvo conocimiento de la queja identificada con el radicado número **18-238879-0** del 21 de septiembre de 2018, que fue presentada por la señora **LAURA PALACIOS**, identificada con la cédula de ciudadanía número 1.072.649.608 en contra de la investigada y mediante la cual manifestó una presunta vulneración de los derechos que le asisten a los consumidores, toda vez que, argumentó, entre otras cosas, lo que a continuación se expone:

“(...) El 7 de agosto hice un pedido a través de la APP de Rappi. El pedido era un domicilio de alimentos. El restaurante estaba cerrado al momento en que el domiciliario (‘Rappitendero’) llegó a comprar la comida. Ya que esto está fuera de mí control (y de hecho en su app indicaban que el restaurante estaba abierto) según las condiciones de RappiRappi, no deberían hacerme el cobro. El ‘Rappitendero’ canceló el pedido. Aun así, Rappi procedió a hacerme el cobro por tarjeta de crédito de 40.200 pesos. Me comuniqué con ellos a través de la aplicación el 7 de agosto, luego el 14 de agosto, el 22 de agosto y el 20 de septiembre. En un principio se negaron a hacerme la devolución del dinero. Luego aceptaron que habían cometido un error y me dijeron que me harían la devolución a través de una reversión en la tarjeta de crédito, la cual se haría efectiva a más tardar en 20 días hábiles (esto fue el 20 de agosto). Hoy han pasado más de 20 días hábiles y no me han devuelto el dinero. Les escribí de nuevo el 21 de agosto y me responden ahora que debo darles los datos de mi cuenta de ahorros para poderme hacer el retorno del dinero. Considero que actúan de manera abusiva, hacen falsa publicidad (prometen la entrega de un producto de un restaurante que dice que está abierto cuando en realidad está cerrado) adicionalmente, llevan 1 mes dando respuestas contradictorias e imponiendo barreras para hacerme la justa devolución del dinero (...).”

DÉCIMO SEGUNDO: Que como consecuencia de lo anterior, esta Dirección emitió los oficios números 18-238879-1 y 18-238879-2 del 14 de noviembre de 2018, mediante los cuales le informó a la quejosa, que esta Autoridad se encontraba adelantando una averiguación preliminar en contra de la investigada a través del radicado número 18-256766 y que se tendría en cuenta dicha denuncia en caso de que se iniciara una investigación administrativa. En ese orden, se procedió a acumular el radicado de la queja al expediente antes citado.

DÉCIMO TERCERO: Que por otra parte, esta Dirección en ejercicio de sus funciones tuvo conocimiento de la queja identificada con el radicado número **18-282669-0** del 6 de noviembre de 2018, que fue presentada por la señora **ALEXANDRA ELÍAS SALAZAR**, identificada con la cédula de ciudadanía número 53.139.838 en contra de la investigada y mediante la cual manifestó una presunta vulneración de los derechos que le asisten a los consumidores, toda vez que, argumentó, entre otras cosas, lo que a continuación se expone:

“(...) El día miércoles 31 de octubre de 2018 por la aplicación de RAPPI compré a través de la opción de tecnología unos audífonos ‘earpods con plug audífono’ por el valor de \$127.000 (...) en la aplicación registra que la entrega del producto es a 4 horas. El mismo 31 de octubre de 2018 me descontaron de mi tarjeta de crédito (...) el valor de \$128.000 y se comprometieron a entregarme el producto el jueves 1 de noviembre de 2018 mediante una entrega programada entre 6 y 8 p.m.

El día viernes, sábado y domingo radiqué quejas en las misma aplicación y remití correos electrónicos instaurando queja sobre el particular, solicitando la entrega para el mismo sábado 2 de noviembre y recibí una respuesta por parte de RAPPI en donde me dicen que han tenido una alta demanda y que mi orden será entregada en el transcurso del sábado 3 de noviembre o 4 de noviembre a más tardar. El día domingo 4 de noviembre cuando ingrese a la aplicación a radicar una petición, me salió un aviso naranja en donde me decía que la orden sería entregada el lunes 5 de noviembre del 2018, y a la fecha no me han entregado mi producto ni me han devuelto mi dinero (...).”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

DÉCIMO CUARTO: Que en consideración de lo anterior, esta Dirección emitió los oficios números 18-282669-1 y 18-282669-2 del 20 de noviembre de 2018, mediante los cuales le informó a la quejosa, que esta Autoridad se encontraba adelantando una averiguación preliminar en contra de la investigada a través del radicado número 18-256766 y que se tendría en cuenta dicha denuncia en caso de que se iniciara una investigación administrativa. En ese orden, se procedió a acumular el radicado de la queja al expediente antes citado.

DÉCIMO QUINTO: Que por otra parte, esta Dirección en ejercicio de sus funciones tuvo conocimiento de la queja identificada con el radicado número **18-265955-0** del 12 de octubre de 2018, que fue presentada por el señor **RAÚL ALFONSO ROJAS RAMÍREZ**, identificado con la cédula de ciudadanía número 1.030.531.728 en contra de la investigada y mediante la cual manifestó una presunta vulneración de los derechos que le asisten a los consumidores, toda vez que, argumentó, entre otras cosas, lo que a continuación se expone:

“(…) Por medio de la presente, quiero manifestar mi desagrado con la aplicación de RAPPi que en varias oportunidades envía a mi dispositivo móvil anuncios con descuentos, promociones a través de mensajes de texto, lo cual no es verdad porque al ingresar el código dice este código no existe en ningún momento dice este código ya expiro o son para los primeras 500 personas o algo así, no es la primera vez que sucede ya en varias oportunidades me envía esta clase de mensajes y es totalmente falsa tengo la pruebas de los mensajes”.

DÉCIMO SEXTO: Que de conformidad con lo anterior, esta Dirección emitió los oficios números 18-265955-1 del 20 de noviembre de 2018, mediante los cuales le informó al quejoso, que esta Autoridad se encontraba adelantando una averiguación preliminar en contra de la investigada a través del radicado número 18-256766 y que se tendría en cuenta dicha denuncia en caso de que se iniciara una investigación administrativa. En ese orden, se procedió a acumular el radicado de la queja al expediente antes citado.

DÉCIMO SÉPTIMO: Que por otro lado, esta Dirección en ejercicio de sus funciones tuvo conocimiento de la queja identificada con el radicado número **18-282779-0** del 6 de noviembre de 2018, que fue presentada por el señor **MICHAEL STEVEN MEDINA GUERRERO**, identificado con la cédula de ciudadanía número 1.030.558.485 en contra de la investigada y mediante la cual manifestó una presunta vulneración de los derechos que le asisten a los consumidores, toda vez que, argumentó, entre otras cosas, lo siguiente:

“(…) El 1 de noviembre de 2018, realicé un mercado por Rappi y ellos tenían una publicidad (engañosa) en la que mencionaban que si se compraba dentro del mercado un paquete x12 de papas de limón el envío era gratis, pues bueno al realizar el pedido vi que lo cobraron, escribí a soporte y dijeron que luego reclamara por correo, envié alrededor de 5 correos y nunca respondieron ni informaron nada al respecto. El cobro es ínfimo de \$4.900 pero ¿a cuántas personas más les habrán hecho lo mismo? ¿Por qué tienen publicidad engañosa? (...)”.

DÉCIMO OCTAVO: Que de conformidad con lo anterior, esta Dirección emitió los oficios números 18-282779-1, 18-282779-2, 18-282779-3 y 18-282779-4 del 20 de noviembre de 2018, mediante los cuales le informó al quejoso, que esta Autoridad se encontraba adelantando una averiguación preliminar en contra de la investigada a través del radicado número 18-256766 y que se tendría en cuenta dicha denuncia en caso de que se iniciara una investigación administrativa. En ese orden, se procedió a acumular el radicado de la queja al expediente antes citado.

DÉCIMO NOVENO: Que de otra parte y en atención a la averiguación preliminar desarrollada dentro del radicado de la referencia (18-256766), el Grupo de Trabajo de Informática Forense y Seguridad Digital de esta Entidad, realizó una visita de inspección a la aplicación móvil *Rappi*, la cual se encuentra grabada en medio magnético CD y fue radicada mediante el consecutivo número 18-256766-3 del 17 de julio de 2019.

VIGÉSIMO: Que por otra parte, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor de la Superintendencia de Industria y Comercio, en cumplimiento de las funciones de inspección, vigilancia y control, en especial las establecidas en los numerales 62 y 63 del artículo 1° y el numeral 1° del artículo 12 del Decreto 4886 de 2011 y acorde con lo dispuesto en el numeral 4° del artículo 59 de la Ley 1480 de 2011, realizó el 26 de julio de 2019 una visita de inspección administrativa a la página web “www.rappi.com.co” de propiedad de la investigada, la cual fue radicada con el número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019, con el propósito de verificar la información consignada en ella en relación con los productos y servicios ofrecidos.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

VIGÉSIMO PRIMERO: Que de otro lado, esta Dirección en ejercicio de sus funciones legales, expidió y dirigió el oficio número 18-256766-5 del 26 de julio de 2019 a la Superintendente Delegada para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio, solicitándole la siguiente información:

“Número de demandas presentadas en ejercicio de la Acción de Protección al Consumidor contra la sociedad RAPPI S.A.S., identificada con NIT. 900843898-9, desde la vigencia 2016 a la fecha. Indicando las infracciones denunciadas y el estado de los procesos”.

VIGÉSIMO SEGUNDO: Que de igual manera, esta Dirección en ejercicio de sus funciones legales, expidió y dirigió el oficio número 18-256766-6 del 26 de julio de 2019 a la Coordinadora del Grupo de Trabajo de Atención al Ciudadano de la Superintendencia de Industria y Comercio, solicitándole la siguiente información:

“Número de reclamaciones presentadas a través de la herramienta SIC Facilita contra la sociedad RAPPI S.A.S., identificada con NIT. 900843898-9, desde la vigencia 2016 a la fecha. Indicando las infracciones por las cuales se presentan las reclamaciones y el número de acuerdos logrados”.

VIGÉSIMO TERCERO: Que de acuerdo con lo indicado en el considerando que antecede, la Coordinadora del Grupo de Trabajo de Atención al Ciudadano de la Superintendencia de Industria y Comercio, le informó a esta Dirección mediante el radicado número 18-256766-7 del 5 de agosto de 2019, lo que a continuación se expone:

“(…) de manera atenta le informo que, desde su vinculación a la plataforma SIC Facilita a la fecha, se han interpuesto en total 1180 reclamaciones contra el proveedor RAPPI identificado con Nit. 900843898-9.

Las reclamaciones presentadas obedecen a los motivos que se relacionan a continuación:

- 415 por vulneración de derechos como consumidor.
- 339 por perjuicios por publicidad e información engañosa.
- 250 por perjuicios por prestación de servicios que suponen la entrega de bienes.
- 131 por Incumplimiento de garantía en bien o servicio.
- 15 por estudio de cláusula cuyo contenido estima abusivo.

Respecto a los acuerdos logrados en la plataforma, finalizaron favorablemente para el consumidor los siguientes:

- 358 reclamaciones con acuerdo.
- 16 reclamaciones en las que el proveedor aceptó la pretensión del ciudadano.
- 78 reclamaciones con acuerdo previo entre el proveedor y el consumidor (...).

VIGÉSIMO CUARTO: Que de conformidad con lo señalado en el considerando vigésimo primero de este acto administrativo, la Superintendente Delegada para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio, mediante el radicado número 18-256766-8 del 8 de agosto de 2019, le informó a esta Autoridad lo siguiente:

**Estado demandas jurisdiccionales presentadas contra RAPPI S.A.S.
(2016 - 04 agosto 2019)**

Estado	2016	2017	2018	2019	Total
Activo	0	0	7	101	108
Finalizado	4	62	143	155	364
Total presentadas	4	62	150	256	472

Imagen N° 1 (Radicado N° 18-256766-8 del 8 de agosto de 2019)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

**Infracciones demandadas por los consumidores
contra RAPPI SAS
(2016 - 04 agosto 2019)**

Tipología	Total
Derecho de retracto	1
Garantía	13
Información y/o publicidad engañosa	15
Total general	29

Imagen N° 2 (Radicado N° 18-256766-8 del 8 de agosto de 2019)

VIGÉSIMO QUINTO: Que esta Dirección igualmente señaló en el considerando vigésimo cuarto de la Resolución N° 40214 de 28 de agosto de 2019 “*por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos*”, que esta Autoridad recibió entre abril de 2018 y 24 de agosto de 2019, un total de 117 quejas por diferentes motivos contra la investigada.

VIGÉSIMO SEXTO: Que en atención a la información recaudada en la etapa preliminar, esta Dirección por medio de la Resolución N° 40214 de 28 de agosto de 2019 “*por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos*”, inició la presente investigación administrativa en contra de **RAPPI S.A.S.** identificada con NIT. 900.843.898-9, en donde las imputaciones fácticas endilgadas, fueron las que a continuación se transcriben:

“(…) 25.1. Imputación fáctica N° 1: Presunta vulneración al numeral 1.3 del artículo 3 y a los artículos 23, 29, 30, 33 y literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con los numerales 2.1.1., 2.1.1.2 y 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia:

(…)

25.1.2.1. La Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor avocó conocimiento de la queja interpuesta por la señora **MARÍA CAMILA GARCIA**, mediante radicado N° 19-04728, en la que se indicó (…)

En atención a la referida denuncia, mediante consecutivo N° 19-047248-00003 se efectuó requerimiento a Rappi S.A.S., solicitando informar en qué consistió la promoción ‘Acabas de recibir \$18.000 pesos en Rappi créditos’ (en adelante la promoción), señalar los términos, condiciones, restricciones y vigencia de la promoción, allegar la totalidad de piezas publicitarias por medio de las cuáles se ofreció la promoción, constancia del representante legal de la sociedad en que certifique y relacione el valor de Rappi créditos asignados con los que se hayan redimido efectivamente con ocasión a la promoción, copia de facturas de venta emitidas con ocasión a la promoción y la relación de peticiones, quejas y reclamos recibida con ocasión a la promoción, indicando fecha de radicación, quejoso, motivo y trámite dado a la misma.

En respuesta al citado requerimiento, Rappi S.A.S., indicó, entre otras cosas, que los términos, condiciones y vigencia de la promoción señalan que la misma aplicaba sólo para usuarios que hayan recibido Rappi Créditos durante el mes de febrero y los usen dentro de las dos horas siguientes al recibo de la respectiva comunicación. Sin embargo, al parecer, en ninguna parte del correo electrónico enviado a la consumidora, se indicaba la restricción que la investigada refirió a esta Dirección.

En consecuencia, la información suministrada por parte de la investigada a la consumidora a través del correo electrónico, carecería de suficiencia, precisión y veracidad, en la medida que se estaría omitiendo información necesaria para la adecuada comprensión de la publicidad, generándoles una posible inducción a error, lo cual podría considerarse como una presunta vulneración al derecho a la información de los consumidores dispuesto en el numeral 1.3 del artículo 3 de la Ley 1480 de 2011, así como una posible violación de lo establecido en los artículos 23, 29, 30 y 33 ídem, en concordancia con los numerales 2.1.1, 2.1.1.2 y 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia. Así mismo se considera la posible vulneración a lo dispuesto en el literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en la medida que aparentemente, no se indicó el plazo de validez de la oferta.

25.2. Imputación fáctica N° 2: Presunta vulneración de los artículos 23, 24, 26 y literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el numeral 2.3 y 2.3.2 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia:

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

(...)

25.2.2.1. Esta Dirección de investigaciones de Protección al Consumidor avocó conocimiento de la queja interpuesta por la señora CAROLINA HERRERA SMALL, radicado No. 18-247095 de 28 de septiembre de 2018, en la cual expresó que: ‘El día 28 de septiembre compré unos camarones que estaban publicados en la plataforma de Rappi por 1.507 pesos por 100 grms. Compre tres kilos y cuando fui a pagar la respuesta de soporte de Rappi es ‘buenos días Carolina, nos comunicamos contigo para informarte que en el momento no es posible hacer garantía de los precios que solicitas en el momento...’

La queja se fundamentó en las imágenes que se reproducen a continuación (...)

En consecuencia, esta Dirección encuentra que, de las imágenes citadas anteriormente, se desprende una aparente vulneración a los artículos 23, 24, 26 y literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, así como al numeral 2.3 del Capítulo II del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio. Lo anterior, por cuanto tal como se observa en la imagen 1, nunca informó a la consumidora que el precio del producto correspondía a alguna promoción, entonces, ella no estaba en posibilidad de saber que el ‘Camarón Jumbo’ estaba en oferta, ni mucho menos que esta ya había vencido, incurriendo también en la presunta vulneración del literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, dado que, aparentemente, no indicó el plazo de validez de la oferta.

Adicionalmente, la aplicación de comercio electrónico, en los términos del numeral 2.2 del artículo 24 del Estatuto del Consumidor, informó un precio determinado de \$60.296 por cuatro (4) kilogramos de ‘Camarón Jumbo’. Sin embargo, el personal de RAPPI S.A.S., al negarse a sostener el precio anunciado y cobrar uno distinto por el mismo producto, incurre en una aparente infracción al artículo 23 ejusdem, pues la información brindada al consumidor no fue veraz, ni coincidía con la realidad.

Asimismo, en los términos del artículo 26 de la misma norma, ‘El proveedor está obligado a informar al consumidor en pesos colombianos el precio de venta al público, incluidos todos los impuestos y costos adicionales de los productos. **El precio debe informarse visualmente y el consumidor solo estará obligado a pagar el precio anunciado** (...)’. No obstante, RAPPI S.A.S., anunció un precio visualmente a través de su aplicación móvil para el producto ‘Camarón Jumbo’, pero instó a la consumidora a pagar un precio mayor al anunciado por la misma cantidad de producto, infringiendo presuntamente lo dispuesto en el numeral 2.3 del Capítulo II del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio.

25.2.3. Ahora bien, en el documento allegado por RAPPI S.A.S., denominado ‘Términos y Condiciones de Uso de Plataforma Rappi-Consumidor’, se estipula lo siguiente:

(...)

En caso de que el Consumidor pague su orden en efectivo y el Mandatario no pueda devolverle el cambio, Rappi se hará responsable y le cargará créditos a su cuenta por el valor correspondiente (...).’

En consecuencia, esta Dirección encuentra que la estipulación que permite la devolución de vueltas mediante ‘Rappicréditos’ podría vulnerar los artículos 23, 24, 26 de la Ley 1480 de 2011, así como el numeral 2.3.2 del Capítulo II del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio, en concordancia con el artículo 50, en relación con la disponibilidad de vueltas exactas, pues con dicha estipulación, presuntamente, se estaría presumiendo la voluntad del consumidor de aceptar los Rappicréditos en lugar de la devolución de vueltas en la moneda de curso legal.

25.3. Imputación fáctica N° 3: Presunta vulneración del artículo 43 y literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011:

(...)

25.3.2. La presente imputación, tiene fundamento en los siguientes hechos:

Esta Dirección evaluó el documento allegado por RAPPI S.A.S., denominado ‘Términos y Condiciones de Uso de Plataforma Rappi-Consumidor’ que regula la relación entre los consumidores que acceden a la plataforma virtual y el OPERADOR (Rappi S.A.S.) encontrando algunas cláusulas presuntamente abusivas, que podrían vulnerar lo dispuesto en los artículos 43 y literal d) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor.

Al respecto, se tienen que en el citado documento se dispone, entre otras estipulaciones, las siguientes:

(...)

6. MODIFICACIÓN

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

El operador podrá modificar autónomamente y en cualquier momento en aspectos formales, procedimentales o sustanciales los presentes Términos y Condiciones de uso de la Plataforma, los cuales serán actualizados y puestos a disposición de los Consumidores en la Plataforma, siendo la última versión publicada la que regulará las relaciones comerciales que se generen al momento de realizarse la transacción. Así mismo, cuenta con plena autonomía para modificar los usos de la Plataforma permitidos a los consumidores, con el único deber de informarlo por un medio virtual que permita su publicación y comunicación al público.

(...)

10. CAPACIDAD

Es claro para el Consumidor que la relación contractual que se puede llegar a generar por el uso de la Plataforma no vincula de ninguna manera al Operador. Lo anterior, puesto que la relación contractual será directamente con el Mandatario y consistirá en un contrato de mandato remunerado celebrado por medios electrónicos, en el que el Consumidor es el mandante.

11. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

f) valor (...) Rappi se reserva el derecho de incrementar, hasta en un diez por ciento (10%), los precios de los productos exhibidos en las tiendas físicas de sus aliados. El usuario reconocer y acepta la anterior condiciones e igualmente **tampoco realizará ningún tipo de reclamación frente a Rappi por cobros adicionales a los precios que se vean reflejados en facturas de venta.** Los valores adicionales serán cobrados a título de uso de la plataforma virtual y en caso de requerir factura por este concepto deberá solicitarla al correo: servicioalcliente@rappi.com

g) pago (...) **en caso de que el Consumidor pague su orden en efectivo y el Mandatario no pueda devolver el cambio, Rappi se hará responsable y le cargará créditos a su cuenta por el valor correspondiente.**

Parágrafo. El consumidor acepta que algunos productos exhibidos en la plataforma no tienen el mismo valor que en el punto de venta físico. Rappi se reserva el derecho de fijar precios diferentes a los del punto de venta del comercio exhibido en la plataforma virtual. Al momento de solicitar y aceptar la orden, el Consumidor reconoce y acepta pagar un valor adicional por el producto seleccionado en caso de que le apliquen estas condiciones.

(...)

15. GARANTÍA

Entiende y acepta el Consumidor que la relación jurídica de mandato se genera directamente con los Mandatarios, por lo tanto, **las reclamaciones por garantía se deben realizar directamente a los mandatarios,** quienes tienen la obligación de responder por la gestión del encargo.

(...)

18. DERECHO DE RETRACTO

Debido a que los productos que se **comercializan a través de la Plataforma son productos perecederos,** el Operador informa a los Consumidores que los Mandatarios no se encuentran obligados a otorgar el derecho de retracto consagrado en el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011. **El derecho de retracto no aplica en razón a los servicios prestados por los Mandatarios.**

25.3.3. Así las cosas, esta Dirección evidencia que RAPPI S.A.S., presuntamente, estaría incluyendo cláusulas que al tenor de los numerales 1,2, 9 y 13 del artículo 43 y el literal d) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor, están consideradas como abusivas e ineficaces de pleno derecho al: i) Limitar la responsabilidad del proveedor de las obligaciones que por ley le corresponde, cuando señala que para el consumidor es claro que ‘el uso de La Plataforma no vincula de ninguna manera al Operador’. ii) Establecer que el consumidor renuncia al derecho de **‘reclamación frente a Rappi por cobros adicionales a los precios por cobros adicionales a los precios que se vean reflejados en facturas de venta’.** iii) presumir la manifestación de la voluntad del consumidor cuando se deriven erogaciones u obligaciones a su cargo, al indicar que **En caso de que el Consumidor pague su orden en efectivo y el Mandatario no pueda devolverle el cambio, Rappi se hará el responsable y le cargará créditos a su cuenta por el valor correspondiente** y que **‘El consumidor acepta que algunos productos exhibidos en la plataforma no tienen el mismo valor que en el punto de venta físico. Rappi se reserva el derecho de fijar precios diferentes a los del punto de venta del comercio exhibido en la plataforma virtual. Al momento de solicitar y aceptar la orden, el Consumidor reconoce y acepta pagar un valor adicional por el producto seleccionado en caso de que le apliquen estas condiciones’** y iv) Restringir o eliminar la facultad del usuario del bien para hacer efectivas directamente ante el productor y/o proveedor las garantías, dado que se estipula que las **‘reclamaciones por garantía se deben realizar directamente a los mandatarios’.**

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Igualmente y en relación al derecho de retracto, el mencionado clausulado señala que dicho derecho no opera, por cuando los productos que se comercializan a través de la plataforma son productos perecederos; sin embargo, esta Dirección pudo evidenciar en la visita de inspección administrativa a la página web <https://www.rappi.com/>, la cual se encuentra grabada en medio magnético CD y radicada bajo el N° 18-256766-00004-000 del 26 de julio de 2019, que también se comercializan productos no perecederos tales como los de tecnología (televisores, celulares) visibles en el minuto 26:57 de la referida visita, así como productos para el hogar como los visibles en el minuto 30:18 (calentadores, planchas, ventiladores, etc.), por lo que la estipulación en dicho sentido, configura una cláusula abusiva.

25.4. Imputación fáctica N° 4: Presunta vulneración a lo dispuesto en los artículos 23, 47, 50 literal c) y 51 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con los artículos 2.2.2.51.1, 2.2.2.51.2 y 2.2.2.51.3 del Decreto 1074 de 2015:

(...)

25.4.2. La presente imputación, tiene fundamento en las visitas de inspección realizadas a la página web <https://www.rappi.com.co/> y en la aplicación de comercio electrónico APP RAPPI, en las que se evidenció que presuntamente, RAPPI S.A.S. no estaría informando de manera previa al consumidor en las transacciones de venta a través de métodos no tradicionales o a distancia, la existencia del derecho de retracto previsto en el artículo 47 de la ley 1480 y la existencia del derecho a la reversión del pago en los casos previstos en el artículo 51 ibídem, lo que configuraría el presunto incumplimiento al numeral 4 del artículo 46 de la ley 1480 de 2011 y a los numerales 9 y 10 del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto 1074 de 2015.

25.5. Imputación fáctica N° 5: Presunta vulneración a lo dispuesto en el párrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011:

(...)

La presente imputación, tiene fundamento en las visitas de inspección realizadas a la página web <https://www.rappi.com.co/> y en la aplicación de comercio electrónico APP RAPPI, en las que se evidenció que presuntamente RAPPI S.A.S., no cuenta con un enlace que dirija al consumidor a la página web de la autoridad encargada de la protección del consumidor, es decir, a la Superintendencia de Industria y Comercio. Tal conducta, podría vulnerar lo dispuesto en el párrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011.

25.6. Imputación fáctica N° 6: Presunta vulneración de lo dispuesto en los artículos 3, 46, 50 y 51 de la Ley 1480 de 2011:

25.6.2. La presente imputación, tiene fundamento en los siguientes hechos:

Esta Dirección, recibió la queja interpuesta por la señora LAURA PALACIOS, mediante radicado N° 18-238879, en la que expresó: ‘El Rappitendero’ canceló el pedido. Aun así, Rappi procedió a hacerme el cobro por tarjeta de crédito de 40.200 pesos (...) Considero que actúan de manera abusiva, hacen falsa publicidad (prometen la entrega de un producto de un restaurante que dice que está abierto cuando en realidad está cerrado) adicionalmente, llevan 1 mes dando respuestas contradictorias e imponiendo barreras para hacerme la justa devolución del dinero’. Las imágenes que sustentan la queja interpuesta, son las siguientes:

(...)

Al respecto, esta Dirección considera que, de conformidad a las imágenes citadas anteriormente RAPPI S.A.S., quebrantó presuntamente los artículos 3, 46, 50 y 51 de la Ley 1480 de 2011, con base a los siguientes argumentos:

Pata comenzar, según el numeral 1° del artículo 46 de la ley en mención, el proveedor que realice ventas a distancia deberá ‘Cerciorarse de que la entrega del bien o servicio se realice efectivamente en la dirección indicada por el consumidor y que este ha sido plena e inequívocamente identificado’. Sin embargo, como se evidencia en la imagen 6, RAPPI S.A.S., reconoció que los productos adquiridos por la consumidora nunca llegaron a su dirección, y aun así, realizaron el cobro del pedido.

En segundo lugar, a la luz del literal ‘g’ del artículo 50 del Estatuto del Consumidor, los proveedores que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos deben ‘disponer en el mismo medio en que realiza comercio electrónico, de mecanismos para que el consumidor pueda radicar sus peticiones, quejas o reclamos, de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de la radicación, incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento’. Sin embargo, a pesar de que RAPPI S.A.S., dispone de un correo electrónico para la recepción de peticiones, quejas y reclamos (PQR), la atención brindada por el personal de atención al cliente no fue oportuna ni adecuada, toda vez que, como se observa en las imágenes 6 y 7, se le informó a la consumidora que su petición de reversión se vería reflejada entre 15 a 20 días hábiles. No obstante, una vez cumplido este término, la reversión del pago no fue realiza. Incluso, como se constata en la imagen 11. El personal de servicio al cliente de RAPPI S.A.S., al 20 de septiembre de 2018 (30 días hábiles después de la solicitud de reembolso), no había

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

encontrado la reversión del segundo cobro efectuado a la consumidora por valor de \$40.200. Por lo tanto, se reitera que el mecanismo de recepción de PQR de la mencionada sociedad no es oportuno ni adecuado, lo cual contraría, presuntamente, el derecho a la reclamación del consumidor consagrado en el numeral 1.5 del artículo 3 de la Ley 1480 de 2011.

En tercer lugar, en virtud del artículo 51 ‘cuando las ventas de bienes se realicen mediante mecanismos de comercio electrónico, tales como Internet, PSE y/o call center y/o cualquier otro mecanismo de tele venta o tienda virtual y se haya utilizado para realizar el pago una tarjeta de crédito, débito o cualquier otro instrumento de pago electrónico, los participantes del proceso de pago deberán reversar los pagos que solicite el consumidor cuando (...) **el producto adquirido no sea recibido** (...) (Negrilla y cursiva fuera del original). Al respecto, resulta evidente que la consumidora no recibió el producto adquirido a través de la aplicación móvil RAPPI, pero, aun así, se le realizó el cobro por un pedido que jamás recibió. Además, la usuaria solicitó oportunamente la reversión del pago a RAPPI S.A.S., sin embargo, esta empresa no efectuó reembolso del dinero a la tarjeta de crédito de la consumidora, a pesar de que se había comprometido a realizar esta reversión, tal como se observa en la imagen 7. Por consiguiente, esta compañía, presuntamente, vulnera el derecho de reversión contenido en el artículo 51 del Estatuto del Consumidor.

25.7. Imputación fáctica N° 7: Presunto incumplimiento a lo dispuesto en el numeral 1.1 del artículo 3 y el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, por una aparente falla en la calidad de la prestación del servicio:

(...)

En este sentido, esta Dirección evidencia de las denuncias recibidas en contra de RAPPI S.A.S., así como de aquellas remitidas en virtud del requerimiento de información realizado que las mismas reflejan presuntas inconsistencias, relacionadas con: demoras en la entrega, facturación, cobros de más, no aplica cupones, no cargan RappiCréditos, doble cobro, demora de orden, faltante producto, cancelación de pedido, devolución dinero en RappiCréditos, inexistencia canales para presentación de quejas, cobro sin entrega de producto, bloque cuenta sin justificación, entre otros.

Conforme con lo dicho y teniendo en cuenta las denuncias relacionadas en los considerandos DÉCIMO Y VIGÉSIMO CUARTO de la presente resolución, a continuación se discriminan las mismas, así (...)

Así las cosas, encuentra esta Dirección que, aparentemente, Rappi S.A.S., está vulnerando lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, siendo que de las denuncias recibidas por parte de esta Dirección y las aportadas por dicha sociedad, evidencian diversas fallas en la prestación de los servicios de la investigada como demoras en la entrega, cancelación de productos, no aplicación de cupones, no devolución del dinero, no cargue de RappiCréditos, lo que podría configurar vulneración lo establecido (sic) en el numeral 1.1 del artículo 3 y el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011 (...).”

VIGÉSIMO SÉPTIMO: Que con ocasión de los cargos imputados a la investigada, se le concedió un plazo de 15 días hábiles contados a partir de la notificación del referido acto administrativo, para presentar los descargos, aportar y/o solicitar las pruebas que pretendiera hacer valer, de conformidad con el inciso 3 del artículo 47 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, Ley 1437 de 2011.

VIGÉSIMO OCTAVO: Que en el plazo señalado para presentar descargos a la Resolución N° 40214 de 28 de agosto de 2019 “por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos”¹, la investigada por conducto de su apoderado, presentó un escrito mediante el radicado número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019, en el que indicó que **RAPPI S.A.S.**, no era una plataforma de comercio electrónico, sino que era utilizada para contactar a diferentes sujetos para la adquisición de productos y/o la gestión de encargos; asimismo, puso de presente que, el acto administrativo que formuló cargos, presentaba falencias formales por la indebida formulación de las imputaciones y que se había vulnerado con su expedición, los principios de tipicidad, legalidad y confianza legítima y el artículo 6 de la Constitución Política.

Igualmente, expuso sus consideraciones respecto de los hechos, los fundamentos de derecho, las presuntas infracciones imputadas en la resolución antes referida, así como solicitó que se archivara la presente investigación y/o que en subsidio, se tuvieran en cuenta sus argumentos al momento de la graduación de la sanción, si a ello hubiera lugar y que se tuvieran en cuenta dentro de la misma, las pruebas documentales que aportó con el documento referido.

¹ Notificada en debida forma al investigado mediante el aviso número 15586 del 9 de septiembre de 2019, de conformidad con la certificación radicada con el número 18-256766-35 del 29 de octubre de 2019, visible tanto en el plenario como en el Sistema de Trámites y Gestión Documental de esta Entidad.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Del mismo modo, señaló que aportaría certificaciones de los aliados comerciales, en los que se podría evidenciar que eran estos los productores y/o proveedores de los productos y que utilizaban a *Rappi* únicamente como una plataforma de contacto; en igual sentido, solicitó la práctica de una declaración de parte al representante legal de la investigada, para que explicara la naturaleza y operación de la plataforma de contacto que ponía a disposición de usuarios y *Rappitenderos* y anunció que se valdría de un dictamen pericial de parte para controvertir la supuesta naturaleza de plataforma de comercio electrónico y demostrar cómo operaba como plataforma de contacto, por lo que solicitó frente a este medio probatorio, se le concediera un término de treinta (30) días para aportarlo.

VIGÉSIMO NOVENO: Que la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor mediante la Resolución N° 73684 de 13 de diciembre de 2019 “*por la cual se ordena la apertura del periodo probatorio*”², ordenó la apertura del período probatorio, incorporó y otorgó valor probatorio tanto a los documentos recaudados en la etapa de averiguación preliminar como a los aportados con el escrito de descargos y a los relacionados en el considerando octavo de la referida resolución, así como le ordenó a la investigada que allegara las referidas certificaciones de los aliados comerciales dentro del término improrrogable de quince (15) días hábiles, contados a partir de la comunicación de dicho acto administrativo; del mismo modo, **accedió** a la práctica de la prueba testimonial del representante legal de la investigada y de la solicitud referente a la prueba pericial.

En ese orden y frente a la prueba pericial, esta Dirección le indicó a la investigada que el término de treinta (30) días solicitado resultaba excesivo, teniendo en cuenta que la solicitud había sido realizada el 30 de septiembre de 2019 y que dicho medio probatorio podía ser objeto de contradicción, por lo que se le concedió un término de quince (15) días hábiles, contados a partir de la comunicación del acto en mención; asimismo, reconoció personería jurídica a **JOSÉ MIGUEL DE LA CALLE RESTREPO**, para actuar dentro del presente trámite y decretó pruebas de oficio con el fin de que el sujeto pasivo en un término de diez (10) días hábiles contados a partir de la comunicación de la resolución en mención, aportara lo siguiente:

“(…)

9.1. Documentales:

9.1.1. Balance General vigencia 2018 y primer semestre de 2019, firmados por el Contador Público.

9.1.2. Estado de Resultados correspondiente al año 2018 y primer semestre de 2019, firmados por el Contador Público.

9.1.3. Aportar relación de ventas en medio magnético formato Excel (.xls) de todos los productos comercializados de los meses de 1 de septiembre a 31 de octubre de 2018 y del 1 de junio al 31 de julio de 2019. Deberá indicar como mínimo: fecha de transacción, número de transacción, valor productos, costo de envío, propina y valor total del envío.

9.1.4. Allegar certificación expedida por el Contador y Representante Legal, en la cual se indique la composición del cobro denominado ‘costo de envío’, así como el porcentaje que le corresponde a *Rappi* por dicho concepto.

9.1.5. PQR’s recibidas desde el 1 de enero a julio de 2019, esta información debe ser presentada en medio magnético formato Excel (.xls) y debe contener fecha de radicación, quejoso, motivo-breve descripción y trámite.

9.1.6. Allegar por lo menos veinte (20) Acuerdos de Cooperación celebrados con los Aliados Comerciales, a nivel Nacional, que se encuentren vigentes. (…)”.

TRIGÉSIMO: Que la investigada por conducto del apoderado sustituto del apoderado principal, **ALEJANDRO ACEVEDO ESCALLÓN**, identificado con la cédula de ciudadanía número 1.018.414.692 y Tarjeta Profesional número 196.243 del C.S. de la J.³, presentó un escrito mediante el radicado número 18-256766-51 del 19 de diciembre de 2019, referido con el asunto “*solicitud de aplazamiento de diligencia del 23 de diciembre de 2019*”, a través del cual, solicitó el aplazamiento de la práctica de la declaración de parte al representante legal del sujeto pasivo, **FELIPE VILLAMARÍN LAFAURIE**, toda vez que el mismo se encontraría fuera del país para dicha fecha. Aunado a ello, allegó soportes documentales para sustentar sus manifestaciones y pidió que se fijara nueva fecha para llevar a cabo la diligencia, con posterioridad al siete (7) de enero de 2020.

TRIGÉSIMO PRIMERO: Que teniendo en cuenta lo anterior, esta Dirección expidió los oficios números 18-256766-52, 18-256766-53, 18-256766-54, 18-256766-55, 18-256766-56 y 18-256766-57 del 24 de diciembre de 2019, mediante los cuales le informó a la investigada que de acuerdo con la información

² Comunicada en debida forma el 16 de diciembre de 2019, de conformidad con la certificación radicada con el número 18-256766-58 del 31 de diciembre de 2019, visible tanto en el plenario como en el Sistema de Trámites y Gestión Documental de esta Entidad.

³ De conformidad con el poder debidamente conferido por la investigada y que se encuentra en el radicado número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

que soportaba la solicitud de aplazamiento de la diligencia para la práctica de la declaración de parte del representante legal del sujeto pasivo, **FELIPE VILLAMARÍN LAFAURIE**, se concedía una prórroga del plazo inicialmente previsto en la Resolución N° 73684 de 13 de diciembre de 2019, para el nueve (9) de enero de 2020 a las 9:00 am, en las instalaciones de esta Superintendencia.

TRIGÉSIMO SEGUNDO: Que por otra parte, esta Dirección observó que la investigada por conducto del apoderado sustituto, allegó parcialmente la documentación que le fue solicitada mediante la Resolución N° 73684 de 13 de diciembre de 2019, a través del radicado número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020. En ese orden y respecto del dictamen pericial, indicó lo siguiente:

“(…) éste no puede ser aportado con este memorial debido a que el término otorgado por la Resolución fue insuficiente. En efecto, con el escrito de descargos se solicitó un término de treinta (30) días para aportar el dictamen pericial, considerando que el mismo debía establecer, mediante un análisis extenso y riguroso de toda la operación de Rappi, las características que hacen de ésta una plataforma de contacto y no de comercio electrónico, como señala la entidad en sus cargos. No obstante, en la Resolución, que no era susceptible de recursos, se concedió la mitad del plazo solicitado, esto es, tan solo quince (15) días.

Por lo anterior, solicito que se conceda el plazo de treinta (30) días solicitados en el escrito de descargos para aportar dicho dictamen y así garantizar el derecho de defensa del investigado (...).”

TRIGÉSIMO TERCERO: Que de otro lado y en atención a lo señalado en el numeral 2.2 del considerando segundo de la parte considerativa y del artículo quinto de la parte resolutive de la Resolución N° 73684 de 13 de diciembre de 2019 “*Por la cual se ordena la apertura del periodo probatorio*”, esta Dirección realizó el nueve (9) de enero de 2020, la práctica de la declaración de parte del señor **ALONSO CRUZ DIEGO FELIPE**, identificado con la cédula de ciudadanía número 1.020.750.211, en calidad de representante legal suplente de la investigada y emitió constancia de la misma a través del radicado número 18-256766-61 del 9 de enero de 2020.

TRIGÉSIMO CUARTO: Que en consideración de lo expuesto en el considerando trigésimo segundo del presente acto administrativo, esta Dirección profirió los oficios números 18-256766-62 y 18-256766-63 del 13 de enero de 2020, mediante los cuales dio respuesta a lo que manifestó la investigada en relación con el dictamen pericial y le señaló que se le concedía una prórroga de quince (15) días hábiles, adicionales al plazo inicialmente previsto en la Resolución N° 73684 de 13 de diciembre de 2019 “*Por la cual se ordena la apertura del periodo probatorio*”, plazo dentro del cual debía aportar dicho medio probatorio. En ese sentido, se le puso de presente que se tendría en cuenta la información que aportara hasta el 30 de enero de 2020.

TRIGÉSIMO QUINTO: Que la investigada por conducto del apoderado sustituto del apoderado principal, **ALEJANDRO ACEVEDO ESCALLÓN**, presentó mediante el radicado número 18-256766-65 del 22 de enero de 2020, un escrito en el que indicó que el oficio número 18-256766-62 del 13 de enero de 2020, le había sido notificado el 21 de enero de 2020, por lo que le solicitó a este Despacho se le aclarara la forma en que corría el término de quince (15) días hábiles otorgado por la Entidad para aportar el dictamen pericial, ya que el término vencería el once (11) de febrero de 2020, término contado a partir del recibo del mismo y no el treinta (30) de enero como se le indicó en la comunicación.

TRIGÉSIMO SEXTO: Que de conformidad con lo anterior, esta Dirección expidió los oficios números 18-256766-66, 18-256766-67 y 18-256766-68 del 23 de enero de 2020, mediante los cuales le indicó a la investigada lo siguiente:

“(…) En respuesta a su comunicación radicada ante esta Superintendencia con el consecutivo 18-256766-00065-0000 del 22 de enero de 2020, de referencia ‘Aclaración plazo dictamen pericial’, le informo que la Resolución No. 73684 de 13 de diciembre de 2019 ‘Por la cual se ordena la apertura del periodo probatorio’, concedió el término de quince (15) días hábiles contados a partir de la comunicación del referido acto administrativo.

Según consta en certificación secretarial, la Resolución No. 73684 de 13 de diciembre de 2019, fue comunicada el 16 de diciembre de 2019 y por consiguiente el término de quince (15) días venció el 9 de enero de 2020.

Atendiendo su requerimiento 18-256766-00059-0000 del 9 de enero de 2020, esta Dirección con el radicado 18-256766-62-0 del 13 de enero de 2020, concedió una prórroga de quince (15) días hábiles adicionales al plazo inicialmente previsto en la Resolución No. 73684 de 13 de diciembre de 2019, los cuales empiezan a contarse a partir del día siguiente del primer vencimiento, es decir, a partir del 10 de enero de 2020, por lo que el término de los

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

quince (15) días adicionales vence el próximo 30 de enero del presente año (...).
(Negrilla y subrayado fuera de texto).

TRIGÉSIMO SÉPTIMO: Que nuevamente la investigada por conducto del apoderado sustituto del apoderado principal, **ALEJANDRO ACEVEDO ESCALLÓN**, presentó mediante el radicado número 18-256766-69 del 30 de enero de 2020, un escrito referido con el asunto: “**imposibilidad para allegar el dictamen pericial**” y en el que manifestó que no le había sido posible elaborar el dictamen pericial decretado por la Resolución N° 73684 de 13 de diciembre de 2019, a causa de la falta de claridad frente al término otorgado por la Dirección para realizar dicha prueba por los expertos correspondientes.

En ese sentido, hizo un recuento de las solicitudes para que se le ampliara el plazo concedido en el acto administrativo antes referido, así como de los oficios expedidos por esta Dirección y señaló que lo cierto era que, del plazo de los quince (15) días concedidos, sólo se le había permitido hacer uso de cinco (5) días, que corrieron entre el 23 de enero de 2020 y el 30 de enero de 2020, por lo que el mismo era insuficiente y contrariaba lo dispuesto en el artículo 227 del Código General del Proceso⁴.

Así las cosas, manifestó que de la manera en que se había surtido la notificación respecto de los términos concedidos, se le había cercenado la oportunidad de hacer uso íntegro de los mismos, lo cual tenía como única consecuencia que se hiciera imposible allegar dicho medio probatorio.

TRIGÉSIMO OCTAVO: Que la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor mediante la Resolución N° 9439 del 3 de marzo de 2020 “*por la cual se ordena el cierre del periodo probatorio y se corre traslado para alegar de conclusión*”⁵, incorporó y otorgó valor probatorio a todas y cada una de las pruebas recaudadas durante las etapas del presente procedimiento administrativo sancionatorio, cerró el término probatorio y le corrió traslado a la investigada para presentar sus alegatos de conclusión, los cuales allegó mediante el radicado número 18-256766-76 del 17 de junio de 2020.

TRIGÉSIMO NOVENO: Que dentro de esta investigación administrativa se tuvieron como pruebas las siguientes:

39.1. Pruebas incorporadas con ocasión de la averiguación preliminar:

- Oficios proferidos por esta Dirección mediante los radicados números 18-256766-0 y 18-256766-1 del 3 de octubre de 2018, contentivos de un requerimiento de información dirigido a **RAPPI S.A.S.**
- Escrito de respuesta presentado por la investigada mediante el radicado número 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018, con el fin de atender el requerimiento de información contenido en los oficios números 18-256766-0 y 18-256766-1 del 3 de octubre de 2018, el cual contiene:
 - Una (1) USB que contiene a su vez:
 - Certificado de Existencia y Representación Legal de la investigada.
 - Términos y condiciones de uso de la plataforma *RAPPI* para los consumidores y términos y condiciones de uso de la plataforma virtual “*Rappitendero*”.
 - Aviso de privacidad de la plataforma *RAPPI*.
 - Video explicativo sección “*Rappipromo*”.
 - Registro fotográfico del proceso de creación de una orden por parte de los consumidores y de una orden con entrega programada.
 - Diez (10) solicitudes de reversión de pago.
 - Facturas de venta emitidas por *Rappi* en los meses de agosto y septiembre de 2018.
 - Treinta (30) recibos de transacciones realizadas a través de la plataforma *RAPPI*.
 - Archivo en formato Excel (.xls) denominado “*órdenes entregadas gratis dentro de la promoción 35 minutos o gratis*”.
 - Archivo en formato Excel (.xls) contentivo de la relación de Peticiones, Quejas y Reclamos, presentadas ante la investigada por parte de diversos consumidores.

⁴ CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. LEY 1564 DE 2012. “Por la cual se expide el Código General del Proceso y se dictan otras disposiciones”. “**ARTÍCULO 227. DICTAMEN APORTADO POR UNA DE LAS PARTES.** La parte que pretenda valerse de un dictamen pericial deberá aportarlo en la respectiva oportunidad para pedir pruebas. Cuando el término previsto sea insuficiente para aportar el dictamen, la parte interesada podrá anunciarlo en el escrito respectivo y deberá aportarlo dentro del término que el juez conceda, que en ningún caso podrá ser inferior a diez (10) días. En este evento el juez hará los requerimientos pertinentes a las partes y terceros que deban colaborar con la práctica de la prueba. El dictamen deberá ser emitido por institución o profesional especializado”.

⁵ Comunicada en debida forma el 6 de marzo de 2020, de conformidad con la certificación que se encuentra radicada con el consecutivo 18-256766-74 del 16 de marzo de 2020, visible tanto en el plenario como en el Sistema de Trámites y Gestión Documental de esta Entidad.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

- Denuncia interpuesta por el señor **JOSÉ JULIÁN GÓMEZ DE LOS RÍOS**, mediante el radicado número 18-246928 de 28 de septiembre de 2018, la cual contiene:
 - Captura de pantalla del servicio *RappiPrime* y de la respuesta dada por el soporte de *Rappi* respecto de dicho servicio.
 - Captura de pantalla de la app móvil *RAPPI*, en el que se observa la selección de cuatro (4) productos y el cobro realizado por la aplicación frente a los mismos.
- Oficios proferidos por esta Dirección mediante los radicados números 18-246928-3 y 18-246928-4 del 25 de octubre de 2018, contentivos de un requerimiento de información dirigido a **RAPPI S.A.S.**
- Escrito de respuesta presentado por la investigada mediante el radicado número 18-246928-5 del 15 de noviembre de 2018, con el fin de atender el requerimiento de información contenido en los oficios números 18-246928-3 y 18-246928-4 del 25 de octubre de 2018, el cual contiene:
 - Una (1) USB que contiene a su vez, un (1) archivo en formato Power Point; dos (2) archivos en formato Word; dos (2) archivos en formato PDF; un (1) archivo en formato Excel, contentivos de las piezas publicitarias relacionadas con el servicio *Rappi Prime*, los términos, condiciones y restricciones para hacer uso del servicio, en qué consiste el mismo y la vinculación de los consumidores, facturas y la relación de PQR'S presentadas por diversos consumidores.
- Denuncia presentada por la señora **MARÍA CAMILA GARCÍA** mediante el radicado número 19-47248 de 24 de febrero de 2019, la cual contiene:
 - Captura de pantalla a un correo electrónico enviado por “*Rappi.nreply@rappi.com*”, en el que se indica “*Acabas de recibir \$18000 COP en Rappicréditos. El Rappicredito lo puedes usar para pagar tus compras en Rappi. Tienes a partir del 2019-02-23 10:01:22 para usar tus Rappicréditos. Solo ingresa a Rappi y realiza tu pedido*” y “*¿cómo usar tus RappiCréditos?*”.
- Oficios proferidos por esta Dirección mediante los radicados números 19-47248-3 y 19-47248-4 del 23 de mayo de 2019, contentivos de un requerimiento de información dirigido a **RAPPI S.A.S.**
- Escrito de respuesta presentado por la investigada mediante el radicado número 19-47248-5 del 13 de junio de 2019, con el fin de atender el requerimiento de información contenido en los oficios números 19-47248-3 y 19-47248-4 del 23 de mayo de 2019, el cual contiene:
 - Captura de pantalla a un correo electrónico enviado por “*Rappi.nreply@rappi.com*”, en el que se indica “*Acabas de recibir \$19000 COP en Rappicréditos. El Rappicredito lo puedes usar para pagar tus compras en Rappi. No pierdas tiempo y pide tu café de la mañana, tu mercado, el antojo de media noche y todo lo que se te ocurra. Tienes a partir del 2018-02-28 18:30:12 para usar tus Rappicréditos*” y “*¿cómo usar tus RappiCréditos?*”.
 - Anexo denominado “*Allegar constancia del representante legal de la sociedad en que certifique y relacione el valor de Rappi Créditos asignados con los que se hayan redimido efectivamente con ocasión de la promoción*”, suscrito por el representante legal de la investigada.
 - Relación de peticiones, quejas y reclamos, presentada por diversos consumidores en relación con los servicios ofrecidos ante la investigada.
- Denuncia presentada por la señora **CAROLINA HERRERA SMALL**, mediante el radicado número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018, la cual contiene:
 - Captura de pantalla del soporte de *Rappi* en relación con la compra de un producto denominado “*Camarones Jumbo*”.
 - Captura de pantalla del chat *Rappitendero* en relación con la compra de un producto denominado “*Camarones Jumbo*”.
 - Captura de pantalla de la app móvil *Rappi* en el que se observa el producto denominado “*Camarones Jumbo*”, por un valor de \$60.296 por 4 kilos.
- Oficios proferidos por esta Dirección mediante los números 18-247095-1 y 18-247095-2 del 25 de octubre de 2018, mediante los cuales le informó a la quejosa, que esta Autoridad se encontraba adelantando una averiguación preliminar a través del radicado número 18-256766 y que se tendría en cuenta dicha denuncia en caso de que se iniciara una investigación administrativa.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

- Denuncia presentada por la señora **LAURA PALACIOS**, mediante el radicado número 18-238879 de 21 de septiembre de 2018, la cual contiene:
 - Una captura de pantalla de una cadena de correos electrónicos entre servicio al cliente *Rappi*, Jazmín Valencia (*Rappi*) “*support@rappical.zendesk.com*” y la denunciante, identificado con el asunto “[*RAPPI*] RE: Se canceló mi pedido y me cobraron”, del 14 de agosto de 2018.
- Oficios proferidos por esta Dirección mediante los números 18-238879-1 y 18-238879-2 del 14 de noviembre de 2018, mediante los cuales le informó a la quejosa, que esta Autoridad se encontraba adelantando una averiguación preliminar a través del radicado número 18-256766 y que se tendría en cuenta dicha denuncia en caso de que se iniciara una investigación administrativa.
- Denuncia presentada por la señora **ALEXANDRA ELÍAS SALAZAR**, mediante el radicado número 18-282669 de 6 de noviembre de 2018, la cual contiene:
 - Una captura de pantalla de una cadena de correos electrónicos entre servicio al cliente *Rappi*, ANA MARÍA CASTIBLANCO CAÑARETE (*Rappi*) “*support@rappical.zendesk.com*” y la denunciante, identificado con el asunto “[*RAPPI*] RE: Producto llegó en mal estado”, del 2 de noviembre de 2018.
 - Captura de pantalla de avisos de un banco en el que se indica que se realizaron diversas compras por la denunciante ante *Rappi*.
- Oficios proferidos por esta Dirección mediante los números 18-282669-1 y 18-282669-2 del 20 de noviembre de 2018, mediante los cuales le informó a la quejosa, que esta Autoridad se encontraba adelantando una averiguación preliminar a través del radicado número 18-256766 y que se tendría en cuenta dicha denuncia en caso de que se iniciara una investigación administrativa.
- Denuncia presentada por el señor **RAÚL ALFONSO ROJAS RAMÍREZ**, mediante el radicado número 18-265955 de 12 de octubre de 2018, el cual contiene:
 - Un video del aplicativo móvil *Rappi*.
 - Una captura de pantalla en la que se evidencian avisos promocionales de *Rappi*.
- Oficio proferido por esta Dirección mediante el número 18-265955-1 del 20 de noviembre de 2018, mediante los cuales le informó al quejoso, que esta Autoridad se encontraba adelantando una averiguación preliminar a través del radicado número 18-256766 y que se tendría en cuenta dicha denuncia en caso de que se iniciara una investigación administrativa.
- Denuncia presentada por el señor **MICHAEL STEVEN MEDINA GUERRERO**, mediante el radicado número 18-282779 de 6 de noviembre de 2018, la cual contiene:
 - Un registro fotográfico de una factura expedida por Almacenes Éxito.
 - Una captura de pantalla del aplicativo móvil *Rappi*, respecto de la sección “promociones”.
 - Una captura de pantalla del aplicativo móvil *Rappi*, en la que se evidencia la selección de tres (3) productos y su precio final en el aplicativo móvil *Rappi*.
- Oficios proferidos por esta Dirección mediante los números 18-18-282779-1, 18-282779-2, 18-282779-3 y 18-282779-4 del 20 de noviembre de 2018, mediante los cuales le informó al quejoso, que esta Autoridad se encontraba adelantando una averiguación preliminar a través del radicado número 18-256766 y que se tendría en cuenta dicha denuncia en caso de que se iniciara una investigación administrativa.
- Visita de inspección del Grupo de Trabajo de Informática Forense y Seguridad Digital de esta Entidad a la aplicación móvil *Rappi*, la cual se encuentra grabada en medio magnético CD y radicada mediante el consecutivo número 18-256766-3 del 17 de julio de 2019.
- Visita de inspección administrativa a la página web “www.rappi.com.co” de propiedad de la investigada y radicada con el número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019.
- Oficio proferido por este Despacho mediante el número 18-256766-5 del 26 de julio de 2019 y dirigido a la Superintendente Delegada para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

- Oficio proferido por este Despacho mediante el número 8-256766-6 del 26 de julio de 2019 y dirigido a la Coordinadora del Grupo de Trabajo de Atención al Ciudadano de la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Memorando radicado con el número 18-256766-7 del 5 de agosto de 2019, expedido por la Coordinadora del Grupo de Trabajo de Atención al Ciudadano de la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Memorando radicado con el número 18-256766-8 del 8 de agosto de 2019, expedido por la Superintendente Delegada para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio.

39.2. Pruebas incorporadas con ocasión de la apertura del periodo probatorio:

- Escrito de descargos presentado por la investigada mediante el radicado número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019, el cual contiene:
 - Poder especial otorgado a los señores **JOSÉ MIGUEL DE LA CALLE RESTREPO y ALEJANDRO ACEVEDOR ESCALLÓN**.
 - Copia del Certificado de Existencia y Representación Legal de la investigada.

39.3. Pruebas incorporadas con ocasión del cierre del periodo probatorio:

- Escrito presentado por la investigada mediante el radicado número 18-256766-51 del 19 de diciembre de 2019, referido con el asunto “*solicitud de aplazamiento de diligencia del 23 de diciembre de 2019*”, a través del cual, solicitó el aplazamiento de la práctica de la declaración de parte del representante legal **FELIPE VILLAMARÍN LAFAURIE**.
- Oficios proferidos por esta Dirección a través de los números 18-256766-52, 18-256766-53, 18-256766-54, 18-256766-55, 18-256766-56 y 18-256766-57 del 24 de diciembre de 2019, mediante los cuales le informó a la investigada que de acuerdo con la información que soportaba la solicitud de aplazamiento de la diligencia para la práctica de la declaración de parte del representante legal del sujeto pasivo, **FELIPE VILLAMARÍN LAFAURIE**, se concedía una prórroga del plazo inicialmente establecido.
- Escrito presentado por la investigada mediante el radicado número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, el cual contiene:
 - Un (1) CD que contiene:
 - Una carpeta denominada “*pruebas Rappi 73684*” que contiene a su vez, cinco (5) carpetas así:
 - “*Prueba 9.1.3.*”, con cuatro (4) archivos en formato Excel denominados “*2018.09, 2018.10, 2019.6 y 2019.07 Rappi Prime*”.
 - “*Prueba 9.1.4.*” con cuatro (4) archivos en formato PDF denominados “*9.1.4. Res 73684 de 2019 actualizada. Pdf*”, “*Legal certificado Revisora Fiscal punto 9.1.4. Resolución 73684 de 2019 vf 09.01.2020.pdf*”, “*signature certificate 9.1.4. Res 73684 de 2019 actualizada. Pdf*” y “*signature certificate legal-certificado de revisora fiscal punto 9.1.4. Resolución 73684 de 2019 vf 09.01.2020.pdf*”.
 - “*Prueba 9.1.5.*”, con un archivo en formato Excel, contentivo de diversas peticiones, quejas y reclamos.
 - “*Prueba 9.1.6.*” con veinte archivos en formato PDF de los acuerdos de colaboración y/o cooperación, suscritos entre la investigada y sus aliados comerciales **LOS PERROS DEL MONO, EL GRAN VATICANO, CITY BURGUER EXPRESS NORTE, TA’ CABRÓN SALITRE, LOS JUANES COMIDAS RÁPIDAS, CUCHARÓN DE PALO, URBAN PIZZERÍA-MEDELLÍN, EL BOLEO FOOD TRUCK, LUCA’S FOOD CUCUTÁ, ADRIANA MARÍA HERRERA MARTÍNEZ, GUSTAVO BONILLA GONZÁLEZ, RAKAMANDACA BURGUER, APTC BROASTER, JORGE LUIS LÓPEZ CANTILLO, LA FOCACCIA GOURMET, MOITRE HELADERÍA ARTESANAL, LE CAFÉ BLANC, LECHONERÍA DOÑA LUZ, ANA ISABEL RESTREPO ORLANO y LAS RICURAS DE LEO**.
 - “*Prueba 9.1.1 y 9.1.2*” con dos (2) archivos en formato PDF denominados “*9.1 y 9.1.2 .pdf*” y “*EEFF2018.(1). Pdf*”.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

- Constancia emitida por este Despacho respecto de la práctica de la declaración de parte realizada al representante legal suplente de la investigada y radicada con el número 18-256766-61 del 9 de enero de 2020, acompañada de un medio magnético CD.
- Oficios proferidos por esta Dirección mediante los radicados números 18-256766-62 y 18-256766-63 del 13 de enero de 2020 y dirigidos a la investigada, a través de los cuales le informó que se le concedía una prórroga de quince (15) días hábiles, adicionales al plazo inicialmente previsto en la Resolución N° 73684 de 13 de diciembre de 2019 “*Por la cual se ordena la apertura del periodo probatorio*”, para allegar la prueba pericial.
- Escrito presentado por la investigada mediante el radicado número 18-256766-65 del 22 de enero de 2020, a través del cual solicitó aclaración sobre el plazo concedido para allegar el dictamen pericial.
- Oficios proferidos por esta Dirección mediante los radicados números 18-256766-66, 18-256766-67 y 18-256766-68 del 23 de enero de 2020, a través de los cuales se dio respuesta frente a la aclaración requerida por la investigada.
- Escrito presentado por la investigada mediante el radicado número 18-256766-69 del 30 de enero de 2020, referido con el asunto “imposibilidad para allegar el dictamen pericial”.

CUADRAGÉSIMO: Marco Jurídico.

A partir de las imputaciones efectuadas por este Despacho mediante la formulación de cargos en contra de **RAPPI S.A.S.** identificada con NIT. 900.843.898-9, resulta necesario efectuar las precisiones normativas correspondientes a fin de determinar el contenido y alcance de las disposiciones presuntamente vulneradas, concretamente los numerales 1.1, 1.3 y 1.5 del artículo 3°, los artículos 6°, 23, el numeral 2.2. del artículo 24, los artículos 26, 29, 30, 33, los numerales 1°, 2°, 9° y 13 del artículo 43, los numerales 1° y 4° del artículo 46, el artículo 47, los literales b), c), d), g) y el párrafo del artículo 50 y el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011, así como los numerales 2.1.1, 2.1.1.2, 2.1.2.1, 2.3, 2.3.2 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio y los numerales 9° y 10° del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015.

Así, la Superintendencia de Industria y Comercio es competente para conocer y adelantar las investigaciones que considere pertinentes para la protección de los derechos de los consumidores, en virtud de lo señalado en los numerales 22, 39 y 63 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, a saber:

“ARTÍCULO 1. FUNCIONES GENERALES. *La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las funciones establecidas en la Ley 155 de 1959, el Decreto 3307 de 1963, el Decreto 1302 de 1964, los Decretos 3466 y 3467 de 1982, el Decreto 2876 de 1984, el Decreto 2153 de 1992, el Decreto 2269 de 1993, la Ley 256 de 1996, la Ley 446 de 1998, la Ley 527 de 1999, el Decreto 1130 de 1999, el Decreto 1747 de 2000, la Ley 643 de 2001, el Decreto 3081 de 2005, el Decreto 3144 de 2008, la Ley 1266 de 2008, las Leyes 1335, 1340 y 1341 de 2009, la Ley 1369 de 2009, el Decreto 4130 de 2011, y el Decreto 4176 de 2011, y aquellas que modifiquen o adicionen las anteriores, las demás que le señalen las normas vigentes y las que le delegue el Presidente de República.*

La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las siguientes funciones:

(...)

22. *Velar por la observancia de las disposiciones sobre protección al consumidor y dar trámite a las reclamaciones o quejas que se presenten, cuya competencia no haya sido asignada a otra autoridad, con el fin de establecer las responsabilidades administrativas del caso y ordenar las medidas que resulten pertinentes.*

(...)

39. *Imponer, previa investigación, de acuerdo con el procedimiento aplicable, sanciones por violación de las normas sobre protección al consumidor y del régimen de protección a usuarios de los servicios de postales.*

(...)

63. *Solicitar a las personas naturales y jurídicas el suministro de datos, informes, libros y papeles de comercio que se requieran para el correcto ejercicio de sus funciones.*

(...).”

Por otra parte, el numeral 1 del artículo 12 del Decreto 4886 de 2011, establece dentro de las funciones de la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor lo siguiente:

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

“ARTÍCULO 12. FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. Son funciones de la Dirección de Investigación de Protección al Consumidor:

1. Decidir y tramitar las investigaciones administrativas que se inicien de oficio o a solicitud de parte por presunta violación a las disposiciones vigentes sobre protección al consumidor cuya competencia no haya sido asignada a otra autoridad, e imponer de acuerdo con el procedimiento aplicable las medidas y sanciones que correspondan de acuerdo con la Ley, así como por inobservancia de órdenes e instrucciones impartidas por la Superintendencia. (...).”

De otro lado, el artículo 1° de la Ley 1480 de 2011, establece entre los principios orientadores, el siguiente:

“ARTÍCULO 1. PRINCIPIOS GENERALES. Esta ley tiene como objetivos 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, en especial, lo referente a: (...)

2. El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas.(...).”

En la misma línea, la Ley 1480 de 2011 define el alcance de su objeto así:

“ARTÍCULO 2. OBJETO. Las normas de esta ley regulan los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores y la responsabilidad de los productores y proveedores tanto sustancial como procesalmente.

Las normas contenidas en esta ley son aplicables en general a las relaciones de consumo y a la responsabilidad de los productores y proveedores frente al consumidor en todos los sectores de la economía respecto de los cuales no exista regulación especial, evento en el cual aplicará la regulación especial y suplementariamente las normas establecidas en esta Ley.

Esta ley es aplicable a los productos nacionales e importados.”.

Además, la referida ley señala como derechos de los consumidores, entre otros, los siguientes:

“ARTÍCULO 3. DERECHOS Y DEBERES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS. Se tendrán como derechos y deberes generales de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de los que les reconozcan leyes especiales, los siguientes:

1. Derechos:

(...)

1.1. Derecho a recibir productos de calidad: Recibir el producto de conformidad con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado. (...)

1.3. Derecho a recibir información: Obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos.

(...)

1.5. Derecho a la reclamación: Reclamar directamente ante el productor, proveedor o prestador y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos, así como tener acceso a las autoridades judiciales o administrativas para el mismo propósito, en los términos de la presente ley. Las reclamaciones podrán efectuarse personalmente o mediante representante o apoderado.

(...).”

Asimismo, el Estatuto del Consumidor en su artículo 6 referente a la calidad, idoneidad y seguridad de los productos, señala:

ARTÍCULO 6o. Calidad, idoneidad y seguridad de los productos. Todo productor debe asegurar la idoneidad y seguridad de los bienes y servicios que ofrezca o ponga en el mercado, así como la calidad ofrecida. En ningún caso estas podrán ser inferiores o contravenir lo previsto en reglamentos técnicos y medidas sanitarias o fitosanitarias.

El incumplimiento de esta obligación dará lugar a:

1. Responsabilidad solidaria del productor y proveedor por garantía ante los consumidores.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

2. *Responsabilidad administrativa individual ante las autoridades de supervisión y control en los términos de esta ley.*
3. *Responsabilidad por daños por producto defectuoso, en los términos de esta ley.*

PARÁGRAFO. *Para efectos de garantizar la calidad, idoneidad y seguridad de los productos y los bienes y servicios que se comercialicen, el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, expedirá los Registros Sanitarios, de conformidad con las competencias establecidas en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993, que ordena el control y la vigilancia sobre la calidad y seguridad de los mismos.*

De otra parte, en lo que concierne a la información mínima que productores y proveedores deben suministrar a los consumidores respecto de los productos que ponen en el mercado, el Estatuto del Consumidor -Ley 1480 de 2011- en su artículo 23 señala lo siguiente:

“Artículo 23. Información mínima y responsabilidad. *Los proveedores y productores deberán suministrar a los consumidores información, clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que ofrezcan y, sin perjuicio de lo señalado para los productos defectuosos, serán responsables de todo daño que sea consecuencia de la inadecuada o insuficiente información. En todos los casos la información mínima debe estar en castellano. (...).”*

Aunado a lo anterior, el numeral 2.2 del artículo 24, dispone frente al contenido de la información mínima, lo que a continuación se expone:

“ARTÍCULO 24. CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN. *La información mínima comprenderá:*

2. *Información que debe suministrar el proveedor:*
(...)

2.2. El precio, atendiendo las disposiciones contenidas en esta ley. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

Por otra parte y frente a la información que debe ser suministrada por el proveedor, respecto de la indicación pública de precios, el artículo 26 del Estatuto del Consumidor señala lo siguiente:

“Artículo 26. Información pública de precios. *El proveedor está obligado a informar al consumidor en pesos colombianos el precio de venta al público, incluidos todos los impuestos y costos adicionales de los productos. El precio debe informarse visualmente y el consumidor solo estará obligado a pagar el precio anunciado. Las diferentes formas que aseguren la información visual del precio y la posibilidad de que en algunos sectores se indique el precio en moneda diferente a pesos colombianos, serán determinadas por la Superintendencia de Industria y Comercio.*

Los costos adicionales al precio, generados por estudio de crédito, seguros, transporte o cualquier otra erogación a cargo del consumidor, deberá ser informada adecuadamente, especificando el motivo y el valor de los mismos. En el evento de que aparezcan dos (2) o más precios, que existan tachaduras o enmendaduras, el consumidor sólo estará obligado al pago del precio más bajo de los que aparezcan indicados, sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar de conformidad con la presente ley.

Cuando el producto esté sujeto a control directo de precios por parte del Gobierno Nacional, el fijado por este será el precio máximo al consumidor y deberá ser informado por el productor en el cuerpo mismo del producto, sin perjuicio del menor valor que el proveedor pueda establecer.

Parágrafo 1o. *Los organismos o autoridades encargados de establecer o fijar precios de bienes o servicios ordenarán la publicación de las disposiciones respectivas en el Diario Oficial y al menos en dos (2) diarios de amplia circulación nacional. Los proveedores y productores tendrán dos (2) días a partir de la publicación en el Diario Oficial, para adecuar todos sus precios a lo ordenado por la autoridad.*

Parágrafo 2o. *La Superintendencia de Industria y Comercio determinará las condiciones mínimas bajo las cuales operará la información pública de precios de los productos que se ofrezcan a través de cualquier medio electrónico, dependiendo de la naturaleza de este.”*

Del mismo modo, los numerales 2.3 y 2.3.2 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, establece respecto de la información pública de precios y la disponibilidad de vueltas correctas, lo que a continuación se precisa:

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

“2.3. Información pública de precios

El artículo 26 de la Ley 1480 de 2011 establece que todo proveedor o expendedor está obligado a informar al consumidor en pesos colombianos el precio de venta al público, incluidos todos los impuestos y costos adicionales de los productos, que el precio debe informarse visualmente y que el consumidor sólo estará obligado a pagar el precio anunciado.

En consecuencia, todo proveedor o expendedor deberá informar el precio de venta de los bienes o servicios que ofrezca al público de conformidad con lo establecido en el presente numeral, sin perjuicio de la reglamentación especial que puedan expedir otras autoridades competentes en sectores específicos de la economía.

2.3.2. Disponibilidad de vueltas correctas

En la fijación del precio al público se deberán utilizar denominaciones en moneda de curso legal. Para garantizar que el consumidor no pague más del precio anunciado, será responsabilidad del establecimiento disponer de las denominaciones necesarias para suministrar al consumidor el cambio correcto.

En ningún caso el cambio podrá ser inferior al que arroje la cuenta, por tal razón, en el evento de que el establecimiento no disponga de las denominaciones necesarias para suministrar el cambio debido o vueltas correctas, el dinero que le sea reintegrado al consumidor deberá corresponder a la cifra superior más cercana a la que tenga disponibilidad el comerciante, y en ningún caso inferior a lo que se le debía devolver a título de cambio”.

Ahora, frente a la publicidad, los artículos 29 y 30 de la normatividad en cuestión, disponen:

“ARTÍCULO 29. FUERZA VINCULANTE. *Las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad obligan al anunciante, en los términos de dicha publicidad.*

ARTÍCULO 30. PROHIBICIONES y responsabilidad. *Está prohibida la publicidad engañosa.*

El anunciante será responsable de los perjuicios que cause la publicidad engañosa. El medio de comunicación será responsable solidariamente solo si se comprueba dolo o culpa grave. En los casos en que el anunciante no cumpla con las condiciones objetivas anunciadas en la publicidad, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, deberá responder frente al consumidor por los daños y perjuicios causados.”.

Asimismo, el artículo 33 de la norma en cita, prevé respecto de las promociones y ofertas, lo siguiente:

ARTÍCULO 33. PROMOCIONES Y OFERTAS. *Los términos de las promociones y ofertas obligan a quien las realice y estarán sujetas a las normas incorporadas en la presente ley.*

Las condiciones de tiempo, modo, lugar y cualquier otro requisito para acceder a la promoción y oferta, deberán ser informadas al consumidor en la publicidad.

Sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, de no indicarse la fecha de iniciación de la promoción u oferta, se entenderá que rige a partir del momento en que fue dada a conocer al público. La omisión de la fecha hasta la cual está vigente o de la condición de que es válida hasta agotar inventario determinado, hará que la promoción se entienda válida hasta que se dé a conocer la revocatoria de la misma, por los mismos medios e intensidad con que se haya dado a conocer originalmente

En concordancia con lo anterior -información y publicidad-, el Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, define la información engañosa y los criterios para ello así:

“2.1 Información al consumidor y propaganda comercial

De conformidad con lo señalado en el decreto 3466 de 1982, las marcas, leyendas, propagandas comerciales y, en general, toda la publicidad e información que se suministre al consumidor sobre los componentes, propiedades, naturaleza, origen, modo de fabricación, usos, volumen, peso o medida, precios, forma de empleo, características, calidad, idoneidad y cantidad de los productos o servicios promovidos y de los incentivos ofrecidos, debe ser cierta, comprobable, suficiente y no debe inducir o poder inducir a error al consumidor sobre la actividad, productos y servicios y establecimientos.

Por lo tanto, se deben tener en cuenta entre otros los siguientes criterios:

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

2.1.1. Información engañosa

Se considera información engañosa, la propaganda comercial, marca o leyenda que de cualquier manera, incluida su presentación, induzca a error o pueda inducir a error a los consumidores o personas a las que se dirige o afecta y que, debido a su carácter engañoso, puede afectar su comportamiento económico. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

2.1.1.1. Elementos

Para determinar si la propaganda comercial, marca o leyenda o en general cualquier forma de publicidad es engañosa, se tendrán en cuenta entre otros los siguientes elementos:

a) Las indicaciones sobre las características de los bienes o servicios, tales como su disponibilidad, naturaleza, ejecución, composición, el procedimiento y la fecha de fabricación o de prestación, su carácter apropiado o idóneo, utilizaciones, cantidad, especificaciones, origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización o los resultados y las características esenciales de las pruebas o controles efectuados sobre los bienes o los servicios.

b) El precio o su modo de fijación y las condiciones de suministro de bienes o de prestación de servicios.

c) La naturaleza, características y derechos del anunciante, tales como su identidad y su patrimonio, sus cualificaciones y sus derechos de propiedad industrial, comercial o intelectual, o los premios que haya recibido o sus distinciones.

2.1.1.2 Criterios:

Para efectos de lo previsto en los artículos 14, 15, 16 y 17 del decreto 3466 de 1982, o de las normas que los modifiquen, complementen o sustituyan, se entenderá que la información o la propaganda comercial es engañosa, entre otros casos cuando:

a) **Se omite información necesaria para la adecuada comprensión de la propaganda comercial.**

b) Cuando la información indispensable para el adecuado manejo, mantenimiento, forma de empleo, uso del bien y/o servicio así como precauciones sobre posibles riesgos, no esté en idioma castellano.

Cuando un Reglamento Técnico establezca la obligación de dar información a los consumidores, ésta deberá venir en su integridad en idioma castellano.

Se considera que la información es suficiente cuando sea representada por símbolos reconocidos internacionalmente y/o con palabras que por costumbre son plenamente reconocidas por los consumidores en cuanto su significado o aplicación.

c) Se establecen mecanismos para trasladar al consumidor los costos del incentivo de manera que éste no pueda advertirlo fácilmente, como cuando se disminuye la calidad o cantidad del producto o servicio o se incrementa su precio, entre otros.

d) La información sobre restricciones, limitaciones, excepciones y condiciones adicionales para la adquisición del producto o servicio, no se incluye en la propaganda comercial y no tiene similar notoriedad al ofrecimiento del producto o servicio que se anuncia.

e) Se ofrecen productos o incentivos con deficiencias o imperfectos, usados, re manufacturados, remodelados o reconstruidos, próximos a vencerse y de colecciones o modelos anteriores sin indicar tales circunstancias de manera clara y precisa en la propaganda comercial.

Asimismo y en lo correspondiente a la propaganda comercial, el Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, establece respecto de la propaganda comercial, lo siguiente:

2.1.2. Propaganda comercial:

Para efectos del cumplimiento de los requisitos de veracidad, suficiencia y no inducción a error al consumidor se imparten las siguientes instrucciones para algunos casos especiales de propaganda comercial.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

2.1.2.1. Propaganda comercial con incentivos:

Se entiende por propaganda comercial con incentivos, todo anuncio dirigido al público en general o a un sector específico de la población, en el cual se ofrece en forma temporal, la comercialización de productos o servicios en condiciones más favorables que las habituales las cuales pueden consistir en el ofrecimiento a través de cualquier medio de divulgación o sistema de publicidad de rifas, sorteos, cupones, vales, fotos, figuras, afiches, imágenes o cualquier otro tipo de representación de personas, animales o cosas, dinero o de cualquier retribución en especie, con el fin de inducir o hacer más atractiva la compra de un producto o servicio determinado.

No se entiende como propaganda comercial con incentivos las condiciones más favorables obtenidas de manera individual como resultado de la negociación directa del consumidor. A continuación se señalan algunos criterios técnicos y jurídicos para la cabal aplicación de los requisitos de veracidad, suficiencia y no inducción a error exigidos por el legislador.

a) Información mínima:

i. Identificación del producto o servicio promovido y del incentivo que se ofrece indicando su cantidad y calidad.

ii. Requisitos y condiciones para su entrega, como por ejemplo si no es acumulable con otros incentivos, si se limita la cantidad por persona, etc.

iii. Plazo o vigencia del incentivo, indicando la fecha exacta de iniciación y terminación de la misma.

iv. Nombre comercial o razón social del oferente.

v. Gastos, descuentos, retenciones, impuestos, deducciones y, en general, los costos a cargo del consumidor para la entrega del incentivo, si llegaren a ser aplicables.

vi. Si en la propaganda comercial se utilizan imágenes de los productos o incentivos, los elementos entregados deben tener las mismas características de los presentados en la propaganda comercial.

vii. Si el incentivo es un descuento ofrecido de manera general al público o sector determinado, en la propaganda comercial debe señalarse expresamente el monto o porcentaje, salvo cuando los descuentos son diferentes y se aplican a varios productos caso en el cual podrán señalarse los montos o porcentajes mínimos y máximos otorgados. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

(...)

A su turno, el 43 de la ley en cita, determina frente a las cláusulas abusivas, lo que a continuación se precisa:

“ARTÍCULO 43. CLÁUSULAS ABUSIVAS INEFICACES DE PLENO DERECHO. Son ineficaces de pleno derecho las cláusulas que:

1. Limiten la responsabilidad del productor o proveedor de las obligaciones que por ley les corresponden;
2. Impliquen renuncia de los derechos del consumidor que por ley les corresponden;
3. Inviertan la carga de la prueba en perjuicio del consumidor;
4. Trasladen al consumidor o un tercero que no sea parte del contrato la responsabilidad del productor o proveedor;
5. Establezcan que el productor o proveedor no reintegre lo pagado si no se ejecuta en todo o en parte el objeto contratado;
6. Vinculen al consumidor al contrato, aun cuando el productor o proveedor no cumpla sus obligaciones;
7. Concedan al productor o proveedor la facultad de determinar unilateralmente si el objeto y la ejecución del contrato se ajusta a lo estipulado en el mismo;
8. Impidan al consumidor resolver el contrato en caso que resulte procedente excepcionar el incumplimiento del productor o proveedor, salvo en el caso del arrendamiento financiero;
9. Presuman cualquier manifestación de voluntad del consumidor, cuando de esta se deriven erogaciones u obligaciones a su cargo;
10. Incluyan el pago de intereses no autorizados legalmente, sin perjuicio de la eventual responsabilidad penal.
11. Para la terminación del contrato impongan al consumidor mayores requisitos a los solicitados al momento de la celebración del mismo, o que impongan mayores cargas a las legalmente establecidas cuando estas existan;

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

13. Restrinjan o eliminen la facultad del usuario del bien para hacer efectivas directamente ante el productor y/o proveedor las garantías a que hace referencia la presente ley, en los contratos de arrendamiento financiero y arrendamiento de bienes muebles.

14. Cláusulas de renovación automática que impidan al consumidor dar por terminado el contrato en cualquier momento o que imponga sanciones por la terminación anticipada, a excepción de lo contemplado en el artículo 41 de la presente ley”.

Por otra parte, el artículo 46 del Estatuto del consumidor establece los deberes especiales del productor y proveedor en las ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia, así:

“ARTÍCULO 46. DEBERES ESPECIALES DEL PRODUCTOR Y PROVEEDOR. El productor o proveedor que realice ventas a distancia deberá:

1. Cerciorarse de que la entrega del bien o servicio se realice efectivamente en la dirección indicada por el consumidor y que este ha sido plena e inequívocamente identificado.

2. Permitir que el consumidor haga reclamaciones y devoluciones en los mismos términos y por los mismos medios de la transacción original.

3. Mantener los registros necesarios y poner en conocimiento del consumidor, el asiento de su transacción y la identidad del proveedor y del productor del bien.

4. Informar, previo a la adquisición, la disponibilidad del producto, el derecho de retracto el término para ejercerlo, el término de duración de las condiciones comerciales y el tiempo de entrega.

PARÁGRAFO. Dentro de los seis (6) meses siguientes a la expedición de la presente ley, el Gobierno Nacional se encargará de reglamentar las ventas a distancia”. (Subrayado fuera de texto).

Por otra parte, el artículo 47 de la ley en cita, señala frente al derecho de retracto lo siguiente:

“ARTÍCULO 47. RETRACTO. En todos los contratos para la venta de bienes y prestación de servicios mediante sistemas de financiación otorgada por el productor o proveedor, venta de tiempos compartidos o ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia, que por su naturaleza no deban consumirse o no hayan comenzado a ejecutarse antes de cinco (5) días, se entenderá pactado el derecho de retracto por parte del consumidor. En el evento en que se haga uso de la facultad de retracto, se resolverá el contrato y se deberá reintegrar el dinero que el consumidor hubiese pagado.

El consumidor deberá devolver el producto al productor o proveedor por los mismos medios y en las mismas condiciones en que lo recibió. Los costos de transporte y los demás que conlleve la devolución del bien serán cubiertos por el consumidor.

El término máximo para ejercer el derecho de retracto será de cinco (5) días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la celebración del contrato en caso de la prestación de servicios. (...).”.

Que el artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, establece las normas de protección al consumidor en el comercio electrónico, así:

“ARTÍCULO 50. Sin perjuicio de las demás obligaciones establecidas en la presente ley, los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos, deberán:

b) Suministrar en todo momento información cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada respecto de los productos que ofrezcan. En especial, deberán indicar sus características y propiedades tales como el tamaño, el peso, la medida, el material del que está fabricado, su naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad, la cantidad, o cualquier otro factor pertinente, independientemente que se acompañen de imágenes, de tal forma que el consumidor pueda hacerse una representación lo más aproximada a la realidad del producto.

También se deberá indicar el plazo de validez de la oferta y la disponibilidad del producto. En los contratos de tracto sucesivo, se deberá informar su duración mínima.

Cuando la publicidad del bien incluya imágenes o gráficos del mismo, se deberá indicar en qué escala está elaborada dicha representación.

(...)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

d) *Publicar en el mismo medio y en todo momento, las condiciones generales de sus contratos, que sean fácilmente accesibles y disponibles para su consulta, impresión y descarga, antes y después de realizada la transacción, así no se haya expresado la intención de contratar.*

Previamente a la finalización o terminación de cualquier transacción de comercio electrónico, el proveedor o expendedor deberá presentar al consumidor un resumen del pedido de todos los bienes que pretende adquirir con su descripción completa, el precio individual de cada uno de ellos, el precio total de los bienes o servicios y, de ser aplicable, los costos y gastos adicionales que deba pagar por envío o por cualquier otro concepto y la sumatoria total que deba cancelar. Este resumen tiene como fin que el consumidor pueda verificar que la operación refleje su intención de adquisición de los productos o servicios ofrecidos y las demás condiciones, y de ser su deseo, hacer las correcciones que considere necesarias o la cancelación de la transacción. Este resumen deberá estar disponible para su impresión y/o descarga.

La aceptación de la transacción por parte del consumidor deberá ser expresa, inequívoca y verificable por la autoridad competente. El consumidor debe tener el derecho de cancelar la transacción hasta antes de concluirla.

Concluida la transacción, el proveedor y expendedor deberá remitir, a más tardar el día calendario siguiente de efectuado el pedido, un acuse de recibo del mismo, con información precisa del tiempo de entrega, precio exacto, incluyendo los impuestos, gastos de envío y la forma en que se realizó el pago.

Queda prohibida cualquier disposición contractual en la que se presuma la voluntad del consumidor o que su silencio se considere como consentimiento, cuando de esta se deriven erogaciones u obligaciones a su cargo.

(...)

g) *Disponer en el mismo medio en que realiza comercio electrónico, de mecanismos para que el consumidor pueda radicar sus peticiones, quejas o reclamos, de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de la radicación, incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento.*

(...)

PARÁGRAFO. *El proveedor deberá establecer en el medio de comercio electrónico utilizado, un enlace visible, fácilmente identificable, que le permita al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor de Colombia”.*

Por otro lado, el artículo 51 de la ley en cita, señala frente al derecho de reversión del pago lo siguiente:

“ARTÍCULO 51. REVERSIÓN DEL PAGO. *Cuando las ventas de bienes se realicen mediante mecanismos de comercio electrónico, tales como Internet, PSE y/o call center y/o cualquier otro mecanismo de televenta o tienda virtual, y se haya utilizado para realizar el pago una tarjeta de crédito, débito o cualquier otro instrumento de pago electrónico, los participantes del proceso de pago deberán reversar los pagos que solicite el consumidor cuando sea objeto de fraude, o corresponda a una operación no solicitada, o el producto adquirido no sea recibido, o el producto entregado no corresponda a lo solicitado o sea defectuoso.*

Para que proceda la reversión del pago, dentro los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha en que el consumidor tuvo noticia de la operación fraudulenta o no solicitada o que debió haber recibido el producto o lo recibió defectuoso o sin que correspondiera a lo solicitado, el consumidor deberá presentar queja ante el proveedor y devolver el producto, cuando sea procedente, y notificar de la reclamación al emisor del instrumento de pago electrónico utilizado para realizar la compra, el cual, en conjunto con los demás participantes del proceso de pago, procederán a reversar la transacción al comprador.

En el evento que existiere controversia entre proveedor y consumidor derivada de una queja y esta fuere resuelta por autoridad judicial o administrativa a favor del proveedor, el emisor del instrumento de pago, en conjunto con los demás participantes del proceso de pago, una vez haya sido notificado de la decisión, y siempre que ello fuere posible, cargará definitivamente la transacción reclamada al depósito bancario o instrumento de pago correspondiente o la debitará de la cuenta corriente o de ahorros del consumidor, y el dinero será puesto a disposición del proveedor. De no existir fondos suficientes o no resultar posible realizar lo anterior por cualquier otro motivo, los participantes del proceso de pago informarán de ello al proveedor, para que este inicie las acciones que considere pertinentes contra el consumidor. Si la controversia se resuelve a favor del consumidor, la reversión se entenderá como definitiva.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Lo anterior, sin perjuicio del deber del proveedor de cumplir con sus obligaciones legales y contractuales frente al consumidor y de las sanciones administrativas a que haya lugar. En caso de que la autoridad judicial o administrativa determine que hubo mala fe por parte del consumidor, la Superintendencia podrá imponerle sanciones de hasta cincuenta (50) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

El Gobierno Nacional reglamentará el presente artículo.

PARÁGRAFO 1o. *Para los efectos del presente artículo, se entienden por participantes en el proceso de pago, los emisores de los instrumentos de pago, las entidades administradoras de los Sistemas de Pago de Bajo Valor, los bancos que manejan las cuentas y/o depósitos bancarios del consumidor y/o del proveedor, entre otros.*

PARÁGRAFO 2o. *El consumidor tendrá derecho a reversar los pagos correspondientes a cualquier servicio u obligación de cumplimiento periódico, por cualquier motivo y aún sin que medie justificación alguna, siempre que el pago se haya realizado a través de una operación de débito automático autorizada previamente por dicho consumidor, en los términos que señale el gobierno Nacional para el efecto”.*

Que teniendo en cuenta, tanto el derecho de retracto como el de reversión de pagos, el artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 señala la información previa que el vendedor debe suministrar al consumidor en las transacciones de ventas a través de métodos no tradicionales o a distancia, de la siguiente manera:

“Artículo 2.2.2.37.8. Información previa que el vendedor debe suministrar al consumidor en las transacciones de ventas a través de métodos no tradicionales o a distancia. Sin perjuicio de lo previsto en los artículos 23, 24 y 37 de la Ley 1480 de 2011, en las ventas por métodos no tradicionales o a distancia, el vendedor, con anterioridad a la aceptación de la oferta, debe suministrar al consumidor como mínimo la siguiente información:

(...)

9. La existencia del derecho de retracto previsto en el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011.

10. La existencia del derecho a la reversión del pago en los casos previstos en el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011. (...).”

A su turno, el artículo 59 de la Ley 1480 de 2011, establece las facultades administrativas con las que cuenta la Superintendencia de Industria y Comercio en materia de protección al consumidor de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 59. FACULTADES ADMINISTRATIVAS DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Además de la prevista en el capítulo anterior, la Superintendencia de Industria y Comercio tendrá las siguientes facultades administrativas en materia de protección al consumidor, las cuales ejercerá siempre y cuando no hayan sido asignadas de manera expresa a otra autoridad:

1. Velar por la observancia de las disposiciones contenidas en esta ley y dar trámite a las investigaciones por su incumplimiento, así como imponer las sanciones respectivas

2. Instruir a sus destinatarios sobre la manera cómo deben cumplirse las disposiciones en materia de protección al consumidor, fijar los criterios que faciliten su cumplimiento y señalar los procedimientos para su aplicación. (...).”

En relación con lo anterior y respecto de la facultad sancionatoria con la que cuenta esta Superintendencia, el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, establece y enumera las sanciones previstas para tal efecto de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 61. SANCIONES. La Superintendencia de Industria y Comercio podrá imponer, previa investigación administrativa, las sanciones previstas en este artículo por inobservancia de las normas contenidas en esta ley, de reglamentos técnicos, de normas de metrología legal, de instrucciones y órdenes que imparta en ejercicio de las facultades que le son atribuidas por esta ley, o por no atender la obligación de remitir información con ocasión de alguno de los regímenes de control de precios:

1. Multas hasta por dos mil (2.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes al momento de la imposición de la sanción.

2. Cierre temporal del establecimiento de comercio hasta por 180 días;

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

3. En caso de reincidencia y atendiendo a la gravedad de las faltas, cierre definitivo del establecimiento de comercio o la orden de retiro definitivo de una página web portal en Internet o del medio de comercio electrónico utilizado;

4. Prohibición temporal o definitiva de producir, distribuir u ofrecer al público determinados productos. El productor podrá solicitar a la autoridad competente, el levantamiento de esta sanción previa la demostración de que ha introducido al proceso de producción las modificaciones que aseguren el cumplimiento de las condiciones de calidad e idoneidad;

5. Ordenar la destrucción de un determinado producto, que sea perjudicial para la salud y seguridad de los consumidores.

6. Multas sucesivas hasta de mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, por inobservancia de órdenes o instrucciones mientras permanezca en rebeldía.

Cuando se compruebe que los administradores, directores, representantes legales, revisores fiscales, socios, propietarios u otras personas naturales han autorizado o ejecutado conductas contrarias a las normas contenidas en la presente ley, se les podrán imponer multas hasta por trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales vigentes al momento de la imposición de la sanción y la prohibición de ejercer el comercio hasta por cinco (5) años, contados a partir de la ejecutoria de la sanción (...).

Bajo las anteriores consideraciones, queda plasmado el marco jurídico dentro del cual se procederá a tramitar la presente actuación administrativa con miras a resolver el problema jurídico derivado de la situación fáctica bajo examen.

CUADRAGÉSIMO PRIMERO: Consideraciones de la Dirección.

41.1. Consideraciones preliminares

Previo al estudio del análisis de responsabilidad en el presente caso, esta Dirección considera oportuno pronunciarse frente a la prueba pericial anunciada por la investigada desde su escrito de descargos y, posteriormente, en los documentos radicados con los números 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, 18-256766-65 del 22 de enero de 2020 y 18-256766-69 del 30 de enero de 2020.

Asimismo, resulta importante emitir pronunciamiento sobre los argumentos expuestos por la investigada, tanto en su escrito de descargos como de alegatos de conclusión identificados con los radicados números 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019 y 18-256766-76 del 17 de junio de 2020.

41.1.1. Frente a la prueba pericial anunciada por la investigada:

Resulta oportuno indicar que, la investigada en su escrito de descargos identificado con el número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019, manifestó frente a dicho medio probatorio lo siguiente:

“(...) V. PRUEBAS.

Respetuosamente solicito que se decreten y practiquen las siguientes pruebas:

(...)

C. prueba pericial

*En virtud de lo dispuesto por el artículo 227 del Código General del Proceso, **me permito anunciar que Rappi se valdrá de un dictamen pericial de parte para controvertir su supuesta naturaleza de plataforma de comercio electrónico y demostrar la forma en la que opera cómo plataforma de contacto.** En este dictamen se establecerá técnicamente cómo es el funcionamiento de la plataforma desde un punto de vista contable y funcional.*

*Puesto que el término previsto para aportar el dictamen anunciado resulta insuficiente, con base en la misma norma **solicito a la sic conceder un término de treinta (30) días para aportarlo** (...).* (Negrilla y subrayado fuera de texto).

Así las cosas y teniendo en cuenta lo anterior, esta Dirección mediante la Resolución N° 73684 de 13 de diciembre de 2019 “por la cual se ordena la apertura del periodo probatorio”, determinó, entre otras cosas, acceder a la solicitud de la investigada respecto de la prueba pericial; sin embargo, le indicó que el término de treinta (30) días solicitado resultaba excesivo, teniendo en cuenta que la solicitud se había realizado el 30 de septiembre de 2019 y que dicho medio probatorio podía ser objeto de contradicción, por lo que se le concedió un término de quince (15) días hábiles, contados a partir de la comunicación del acto en mención.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Frente a lo anterior, resulta indispensable mencionar que desde la fecha en que la investigada anunció tal medio probatorio y desde que se profirió el acto administrativo en mención, transcurrieron setenta y cuatro (74) días calendario sin que ésta hubiera allegado lo anunciado Así mismo que el término de treinta (30) días solicitado inicialmente resultaba excesivo, teniendo en cuenta que el mismo debía seguir las formalidades y tiempos establecidos en el artículo 228 del Código General del Proceso, para proceder al estudio y contradicción del mismo.

Así y una vez se abrió el periodo probatorio, se advirtió que la investigada allegó mediante el radicado número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, las pruebas solicitadas en el acto administrativo antes mencionado e indicó en dicho documento frente al dictamen pericial, lo siguiente:

“(…) éste no puede ser aportado con este memorial debido a que el término otorgado por la Resolución fue insuficiente. En efecto, con el escrito de descargos se solicitó un término de treinta (30) días para aportar el dictamen pericial, considerando que el mismo debía establecer, mediante un análisis extenso y riguroso de toda la operación de Rappi, las características que hacen de ésta una plataforma de contacto y no de comercio electrónico, como señala la entidad en sus cargos. No obstante, en la Resolución, que no era susceptible de recursos, se concedió la mitad del plazo solicitado, esto es, tan solo quince (15) días.

Por lo anterior, solicito que se conceda el plazo de treinta (30) días solicitados en el escrito de descargos para aportar dicho dictamen y así garantizar el derecho de defensa del investigado (…)”.

En ese sentido y teniendo en cuenta, que ya para esa fecha habían transcurrido ciento un (101) días calendario desde la solicitud de la prueba, esta Dirección con base en la solicitud del 9 de enero de 2020, profirió los oficios números 18-256766-62 y 18-256766-63 del 13 de enero de 2020⁶, mediante los cuales dio respuesta a lo que manifestó la investigada en relación con el dictamen pericial y le señaló que se le concedía una prórroga de quince (15) días hábiles adicionales al plazo inicialmente previsto en la Resolución N° 73684 de 13 de diciembre de 2019 “*Por la cual se ordena la apertura del periodo probatorio*”, lapso dentro del cual debía aportar dicho medio probatorio. En ese sentido, se le puso de presente que se tendría en cuenta la información que aportara hasta el 30 de enero de 2020.

Frente a lo anterior, debe indicarse que la prórroga de quince (15) días hábiles que se le otorgó a la investigada, se contó desde el vencimiento del término inicial para allegar dicha prueba, plazo que se vencía el 30 de enero conforme se advirtió a la investigada.

No obstante lo anterior, la investigada presentó mediante el radicado número 18-256766-65 del 22 de enero de 2020, un escrito en el que indicó que el oficio número 18-256766-62 del 13 de enero de 2020, le había sido notificado el 21 de enero de 2020, por lo que le solicitó a este Despacho que le aclarara la forma en que corría el término de quince (15) días hábiles otorgado por la Entidad para aportar el dictamen pericial, ya que para ella, el término vencería el once (11) de febrero de 2020, término contado a partir del recibo del mismo y no el treinta (30) de enero como se le indicó en la comunicación.

Sin embargo, esta Dirección expidió los oficios números 18-256766-66, 18-256766-67 y 18-256766-68 del 23 de enero de 2020⁷, mediante los cuales le aclaró a la investigada lo siguiente:

“(…) En respuesta a su comunicación radicada ante esta Superintendencia con el consecutivo 18-256766-00065-0000 del 22 de enero de 2020, de referencia ‘Aclaración plazo dictamen pericial’, le informo que la Resolución No. 73684 de 13 de diciembre de 2019 ‘Por la cual se

⁶ CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. LEY 1564 DE 2012. CÓDIGO GENERAL DEL PROCESO. “**ARTÍCULO 228. CONTRADICCIÓN DEL DICTAMEN.** La parte contra la cual se aduzca un dictamen pericial podrá solicitar la comparecencia del perito a la audiencia, aportar otro o realizar ambas actuaciones. Estas deberán realizarse dentro del término de traslado del escrito con el cual haya sido aportado o, en su defecto, dentro de los tres (3) días siguientes a la notificación de la providencia que lo ponga en conocimiento. En virtud de la anterior solicitud, o si el juez lo considera necesario, citará al perito a la respectiva audiencia, en la cual el juez y las partes podrán interrogarlo bajo juramento acerca de su idoneidad e imparcialidad y sobre el contenido del dictamen. La contraparte de quien haya aportado el dictamen podrá formular preguntas asertivas e insinuas. Las partes tendrán derecho, si lo consideran necesario, a interrogar nuevamente al perito, en el orden establecido para el testimonio. Si el perito citado no asiste a la audiencia, el dictamen no tendrá valor.

Si se excusa al perito, antes de su intervención en la audiencia, por fuerza mayor o caso fortuito, el juez recaudará las demás pruebas y suspenderá la audiencia para continuarla en nueva fecha y hora que señalará antes de cerrarla, en la cual se interrogará al experto y se surtirán las etapas del proceso pendientes. El perito solo podrá excusarse una vez.

Las justificaciones que por las mismas causas sean presentadas dentro de los tres (3) días siguientes a la audiencia, solo autorizan el decreto de la prueba en segunda instancia, si ya se hubiere proferido sentencia. Si el proceso fuera de única instancia, se fijará por una sola vez nueva fecha y hora para realizar el interrogatorio del perito.

En ningún caso habrá lugar a trámite especial de objeción del dictamen por error grave.

PARÁGRAFO. En los procesos de filiación, interdicción por discapacidad mental absoluta e inhabilitación por discapacidad mental relativa, el dictamen podrá rendirse por escrito.

En estos casos, se correrá traslado del dictamen por tres (3) días, término dentro del cual se podrá solicitar la aclaración, complementación o la práctica de uno nuevo, a costa del interesado, mediante solicitud debidamente motivada. Si se pide un nuevo dictamen deberán precisarse los errores que se estiman presentes en el primer dictamen”.

⁷ El consecutivo número 18-256766-62 del 13 de enero de 2020 fue entregado a la investigada el 21 de enero de 2020.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

ordena la apertura del periodo probatorio, concedió el término de quince (15) días hábiles contados a partir de la comunicación del referido acto administrativo.

Según consta en certificación secretarial, la Resolución No. 73684 de 13 de diciembre de 2019, fue comunicada el 16 de diciembre de 2019 y por consiguiente el término de quince (15) días venció el 9 de enero de 2020.

Atendiendo su requerimiento 18-256766-00059-0000 del 9 de enero de 2020, esta Dirección con el radicado 18-256766-62-0 del 13 de enero de 2020, concedió una prórroga de quince (15) días hábiles adicionales al plazo inicialmente previsto en la Resolución No. 73684 de 13 de diciembre de 2019, los cuales empiezan a contarse a partir del día siguiente del primer vencimiento, es decir, a partir del 10 de enero de 2020, por lo que el término de los quince (15) días adicionales vence el próximo 30 de enero del presente año (...).
(Negrilla y subrayado fuera de texto).

Empero y pese a la anterior aclaración, la investigada presentó mediante el radicado número 18-256766-69 del 30 de enero de 2020, un escrito referido con el asunto: “**imposibilidad para allegar el dictamen pericial**”, en el que manifestó que no le había sido posible elaborar el dictamen pericial decretado por la Resolución N° 73684 de 13 de diciembre de 2019, a causa de la falta de claridad frente al término otorgado por la Dirección para realizar dicha prueba por los expertos correspondientes.

En ese sentido, hizo un recuento de las solicitudes para que se le ampliara el plazo concedido en el acto administrativo antes referido, así como de los oficios expedidos por esta Dirección y señaló que lo cierto era que, del plazo de los quince (15) días concedidos, sólo se le había permitido hacer uso de cinco (5) días, que corrieron entre el 23 de enero de 2020 y el 30 de enero de 2020, por lo que el mismo era insuficiente y contrariaba lo dispuesto en el artículo 227 del Código General del Proceso⁸. Así las cosas, manifestó que de la manera en que se había surtido la notificación respecto de los términos concedidos, se le había cercenado la oportunidad de hacer uso íntegro de los mismos, lo cual tenía como única consecuencia que se hiciera imposible allegar dicho medio probatorio.

Al respecto, este Despacho debe indicarle frente a dichos argumentos, que los mismos no son de recibo, toda vez que como se expuso anteriormente la solicitud y el acceso a la práctica del mismo, tuvo en cuenta lo que establece el capítulo VI del Código General del Proceso. En ese sentido, el artículo 227 señala que:

“ARTÍCULO 227. DICTAMEN APORTADO POR UNA DE LAS PARTES. La parte que pretenda valerse de un dictamen pericial deberá aportarlo en la respectiva oportunidad para pedir pruebas. Cuando el término previsto sea insuficiente para aportar el dictamen, la parte interesada podrá anunciarlo en el escrito respectivo y deberá aportarlo dentro del término que el juez conceda, que en ningún caso podrá ser inferior a diez (10) días. En este evento el juez hará los requerimientos pertinentes a las partes y terceros que deban colaborar con la práctica de la prueba.

El dictamen deberá ser emitido por institución o profesional especializado”. (Subrayado fuera de texto).

En ese orden y como se advierte de la Resolución N° 73684 de 13 de diciembre de 2019 “*Por la cual se ordena la apertura del periodo probatorio*”, esta Dirección atendió lo establecido en dicho artículo y le concedió a la investigada no el plazo solicitado inicialmente de treinta (30) días, ya que como se expuso previamente, habían transcurrido cincuenta y un (51) días hábiles desde que anunció que allegaría dicho medio probatorio a esta actuación hasta que se profirió el acto administrativo en mención, por lo que le otorgó un plazo de quince (15) días hábiles que vencían el 9 de enero de 2020, ya que el mismo podía ser objeto de contradicción, tal y como lo establece el artículo 228 del Código General del Proceso.

En tal sentido, esta Autoridad le concedió a la investigada un lapso mayor al que establece la ley para este medio probatorio, por ello, ésta no puede aludir a que se le cercenó la posibilidad de allegarlo.

⁸ CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. LEY 1564 DE 2012. “Por la cual se expide el Código General del Proceso y se dictan otras disposiciones”. **“ARTÍCULO 227. DICTAMEN APORTADO POR UNA DE LAS PARTES.** La parte que pretenda valerse de un dictamen pericial deberá aportarlo en la respectiva oportunidad para pedir pruebas. Cuando el término previsto sea insuficiente para aportar el dictamen, la parte interesada podrá anunciarlo en el escrito respectivo y deberá aportarlo dentro del término que el juez conceda, que en ningún caso podrá ser inferior a diez (10) días. En este evento el juez hará los requerimientos pertinentes a las partes y terceros que deban colaborar con la práctica de la prueba. El dictamen deberá ser emitido por institución o profesional especializado”.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Ahora, resulta importante indicar que, una vez llegada la fecha en que la investigada debía aportar dicho medio probatorio, ésta aun a sabiendas de que ya habían transcurrido sesenta y siete (67) días hábiles desde que anunció dicha prueba hasta el 9 de enero de 2020, fecha en que debía aportar la prueba pericial, solicitó nuevamente una prórroga del lapso inicialmente concedido, solicitando que se le otorgara un término de treinta (30) días para aportarla; no obstante, esta Dirección nuevamente atendiendo a lo establecido en el artículo 227 del Código General del Proceso, le concedió un plazo superior a los diez (10) días a que hace referencia dicha norma y le señaló que tendría otros quince (15) días hábiles para allegarla y que esa prórroga se contaría a partir de la fecha en que venció el primer término, es decir que tendría desde el 10 de enero hasta el 30 de enero de 2020, para allegarla.

Sin embargo, la investigada escudándose en el hecho que dicha comunicación llegó a su poder solo hasta el 21 de enero de 2020, hizo caso omiso a lo que esta Dirección le había indicado y presentó un memorial solicitando aclaración del término, ya que ésta contó erróneamente el plazo otorgado en virtud de dicha prórroga..

Por ello, esta Dirección nuevamente emitió los oficios números 18-256766-66, 18-256766-67 y 18-256766-68 del 23 de enero de 2020 y le puso de presente que el término de prórroga de quince (15) días, empezó a contarse a partir del día siguiente del primer vencimiento, es decir, a partir del 10 de enero de 2020, por lo que el término adicional vencía el 30 de enero del presente año.

De tal manera, ésta no puede escudarse en que existió una falta de claridad en el término concedido y que se le cercenó la posibilidad de hacer uso del mismo para allegar dicho medio probatorio y que supuestamente, solo se le concedieron cinco (5) de los quince (15) días otorgados para presentar el dictamen pericial, ya que como se expuso anteriormente, fue error de ésta pretender que la prórroga concedida se contabilizaba a partir del recibo de un oficio y no del término establecido mediante el acto administrativo que dio apertura al periodo probatorio de esta actuación.

Aunado a ello, no sobra recordar que desde la primera solicitud realizada con el escrito de descargos, respecto de la concesión de un término de treinta (30) días para presentar el dictamen pericial, el mismo ya se había cumplido y aun así, no aportó la prueba que anunció que allegaría desde el mes de septiembre del año 2019, por lo que no es admisible que ahora pretenda excusarse en una falta de tiempo, cuando como se vio anteriormente tuvo más de sesenta días hábiles que equivalen a más de cien días calendario dentro de la actuación administrativa para adjuntar dicho medio probatorio, situación que contrario a lo manifestado, respecto de una afectación al derecho de defensa, lo que demuestra es que la estrategia de la investigada estuvo dirigida a dilatar el procedimiento administrativo sancionatorio y no en realidad a aportar al trámite el referido dictamen pericial.

En ese orden, debe traerse a colación el principio *“nemo auditur propriam turpitudinem allegans”* o nadie puede alegar su propia culpa, a través de la cual sostiene que: *“el juez no puede amparar situaciones donde la supuesta vulneración de un derecho fundamental, no se deriva de la acción u omisión de cualquier autoridad sino de la negligencia imprudencia o descuido del particular”*⁹, por lo que para esta Dirección no es admisible que la investigada busque reprochar una afectación a sus derechos fundamentales y procedimentales, basado en un conteo erróneo que hizo de la prórroga al plazo concedido inicialmente para allegar dicho medio probatorio, máxime cuando ésta tuvo durante el curso de la actuación administrativa y hasta antes de la decisión de fondo que se adoptará mediante el presente acto administrativo, la posibilidad de aportar dicha prueba, en virtud de lo que establece el artículo 40 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo¹⁰.

Como consecuencia de lo expuesto, esta Dirección debe indicar que ha sido garante de los derechos del debido proceso, defensa y contradicción que le asisten a la investigada, toda vez que le otorgó un plazo que observó los preceptos legales y ha adelantado la presente actuación conforme los principios que rigen a las actuaciones administrativas, por lo que no puede acoger los argumentos encaminados a señalar que se le cercenó el derecho para allegar dicho medio probatorio dentro de esta actuación, ya que como se expuso, no solo se accedió a la práctica de la misma, sino que en múltiples oportunidades se atendieron sus solicitudes y se le otorgó la prórroga para allegarla, por lo que ésta no puede alegar su propia culpa en el conteo erróneo que hizo respecto de la prórroga concedida, para señalar que se le afectó la posibilidad dentro de esta actuación de allegar el dictamen pericial,

⁹ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Novena de la Corte Constitucional. Sentencia T-196 de 1995. Expediente N° T-55091. Magistrado Ponente NARANJO MESA, Vladimiro. 5 de mayo de 1995.; Sala Quinta de revisión de la Corte Constitucional. Sentencia T-1231 de 2008. Expediente N° T-2.000.041., Magistrado Ponente GONZÁLEZ CUERVO, Mauricio. 9 de diciembre de 2008. Sala Segunda de Revisión de Tutelas de la Corte Constitucional. Sentencia T-122 de 2017. Expediente T-5.485.856. Magistrado Ponente GUERRERO PÉREZ, Luis Guillermo. 27 de febrero de 2017.

¹⁰ CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. LEY 1437 DE 2011. CÓDIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO. **“ARTÍCULO 40. PRUEBAS.** Durante la actuación administrativa y hasta antes de que se profiera la decisión de fondo se podrán aportar, pedir y practicar pruebas de oficio o a petición del interesado sin requisitos especiales. Contra el acto que decida la solicitud de pruebas no proceden recursos. El interesado contará con la oportunidad de controvertir las pruebas aportadas o practicadas dentro de la actuación, antes de que se dicte una decisión de fondo”.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

más cuando cómo se expuso previamente esta tuvo durante toda la actuación administrativa, la posibilidad de aportar esa prueba para soportar los argumentos esgrimidos en los descargos, en relación con la naturaleza de su modelo de negocio.

Asimismo, este Despacho considera oportuno destacar, que en el ordenamiento jurídico colombiano cada parte tiene la carga de probar sus afirmaciones, con las excepciones que establece la ley¹¹, de conformidad con el principio de la carga de la prueba –*onus probandi*-¹².

Así las cosas, dicha carga procesal hace referencia a *“la obligación de ‘probar’, de presentar la prueba o de suministrarla, cuando no el deber procesal de una parte, de probar la (existencia o) no existencia de un hecho afirmado, de lo contrario el solo incumplimiento de este deber tendría por consecuencia procesal que el juez del proceso debe considerar el hecho como falso o verdadero”*¹³.

De esta forma, debe ponerse de presente que dicha regla se encuentra prevista en el artículo 1757 del Código Civil que dispone que *“incumbe probar las obligaciones o su extinción al que alega aquéllas o ésta”* y en el artículo 167 del Código General del Proceso se señala que *“incumbe a las partes probar el supuesto de hecho de las normas que consagran el efecto jurídico que ellas persiguen (...)”*.

Del mismo modo y siguiendo esta línea, el Consejo de Estado ha manifestado frente a este tema, lo siguiente:

*“(…) Las partes deben probar las afirmaciones expuestas en los escritos presentados ante el Tribunal, a través de los medios probatorios establecidos en la ley para llevar al convencimiento al Juzgador - artículo 175 del C.P.C.-, sobre los hechos expuestos en la demanda; pues el Juez de conocimiento debe fundarse en las pruebas regular y oportunamente allegadas al proceso (artículo 174 del C.P.C.), siempre que sean conducentes, pertinentes y útiles para la decisión del mismo (...)”*¹⁴.

De esta forma y teniendo en cuenta lo anterior, resulta importante señalar que, era deber de la investigada allegar al presente procedimiento administrativo sancionatorio, todos aquellos medios de prueba necesarios para sustentar sus manifestaciones y desvirtuar que supuestamente no era un portal de comercio electrónico; sin embargo, revisado el plenario, se tiene que en este caso, la carga probatoria de ésta no fue cumplida, en tanto solo realizó una afirmación sin ser ésta debidamente sustentada, a sabiendas de que tuvo todas las oportunidades dentro de esta actuación para soportar sus argumentos respecto de lo antes mencionado.

Así y teniendo en cuenta que, la investigada no allegó el medio probatorio anunciado para que fuera objeto de estudio dentro de esta actuación, esta Autoridad procederá a analizar los argumentos de la investigada respecto de que no es un portal de comercio electrónico sino un portal de contacto, con los elementos probatorios que fueron debidamente incorporados y a los cuales se les otorgó valor probatorio dentro de este trámite administrativo.

41.1.2. Frente al modelo de negocio que emplea la investigada en el mercado colombiano:

Por otra parte, la investigada en su escrito de descargos radicado con el número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019, manifestó que no era una plataforma de comercio electrónico, sino que era una plataforma de contacto y, que por ello, no tenía a su cargo las obligaciones legales que se le aplicaba a ese tipo de comercio. Sin embargo, fue enfática en señalar que no por ello, desprotegía al usuario y a sus derechos.

En ese orden, ésta argumentó lo que a continuación se expone:

“(…) Antes de imputar los cargos contenidos en la Resolución, la Superintendencia de Industria y Comercio (en adelante, la ‘SIC’), en la Resolución N° 40212, expedida el 28 de agosto de 2019, concluyó que Rappi era en realidad una plataforma de comercio electrónico (...)”.

¹¹ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-086 de 2016. Expediente D-10902. Magistrado Ponente: PALACIO PALACIO, Jorge Iván. 24 de febrero de 2016. *“Algunas excepciones son derivadas del reconocimiento directo de un acontecimiento por cualquiera que se halle en capacidad de observarlo debido a su amplia difusión (hechos notorios). Otras se refieren a aquellos hechos que por su carácter indeterminado de tiempo, modo o lugar hacen lógica y ontológicamente imposible su demostración para quien los alega (afirmaciones o negaciones indefinidas)*¹². Y otras son consecuencia de la existencia de presunciones legales o de derecho, donde *“a la persona el sujeto procesal favorecido con la presunción solo le basta demostrar el hecho conocido que hace creíble el hecho principal y desconocido, de cuya prueba está exento”*.

¹² Ibíd.

¹³ Ibíd.

¹⁴ CONSEJO DE ESTADO. Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Segunda-Sala de Decisión. Exp. N° 11001032500020090012400. Consejera Ponente: RAMÍREZ DE PÁEZ, Bertha Lucia. 19 de mayo de 2011.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Lo anterior es relevante, pues todos los cargos imputados por la SIC en la Resolución se fundamentan en la asunción incorrecta que hace la entidad de que Rappi es una plataforma de comercio electrónico y no de contacto, como en efecto lo es y pasará a explicarse.

Se resalta que, aunque Rappi no es una plataforma de comercio electrónico, ni tiene responsabilidades que le asigna la ley al productor o expendedor de bienes por estos medios no tradicionales, no por ello se desprotege al usuario de la plataforma, quien mantiene las mismas capacidades y derechos que tendría al acudir al mercado, de no existir Rappi. En ese sentido, resaltamos que Rappi no es una fuente de riesgos para el usuario.

Rappi es una plataforma virtual que funciona a través de una página web y de una aplicación para dispositivos móviles, cuyo objeto es que sus usuarios (en adelante los ‘**Usuarios**’) ingresen y encarguen a un mandatario (en adelante, el ‘**Rappitendero**’) que realice una gestión determinada. Entre los encargos que se pueden realizar a través de la plataforma están los siguientes:

A. El encargo de adquirir productos de Aliados Comerciales:

En esta funcionalidad de la plataforma, Rappi pone en contacto a tres sujetos a saber: i) Los aliados comerciales; ii) los Rappitenderos; y iii) los Usuarios.

En virtud de unos acuerdos de cooperación, Rappi exhibe, a título informativo, en su plataforma, los productos que ofrecen los Aliados Comerciales en sus respectivos establecimientos (restaurantes o supermercados), para que los mismos sean utilizados como referencia por los Usuarios al momento de realizar la orden de dichos productos.

Así, son los Aliados Comerciales los encargos de actualizar en todo momento la información de los productos que se exhiben en la plataforma de Rappi para que, de esta forma, los Usuarios puedan ordenar su adquisición en dichos términos. En caso de que un Aliado Comercial no actualice la información del producto, éste será el responsable ante el Usuario, al ser el productor y/o proveedor del mismo.

Una vez el Usuario ve el producto que desea adquirir, realiza la orden a través de la plataforma.

El procesamiento de dicha orden, en el caso de los Aliados Comerciales restaurantes, se da de dos maneras:

a. modelo No cashless: en este modelo de negocio, una vez el Rappitendero acepta la orden solicitada por el Usuario a través de la plataforma Rappi, se dirige al restaurante a pedir la misma. Dicho proceso se realiza como si fuera un cliente común del restaurante, pagando el valor de los productos solicitados por el Usuario en su calidad de mandatario. Para mayor claridad, el procedimiento es el siguiente:

- i. El usuario realiza su orden por medio de la plataforma Rappi;
- ii. La orden es exhibida en la aplicación Rappitendero;
- iii. La orden es aceptada por un Rappitendero;
- iv. El Rappitendero se dirige al restaurante;
- v. El Rappitendero solicita la orden al restaurante como un cliente común;
- vi. El Rappitendero paga el valor de los productos solicitados. En este punto se pueden presentar dos escenarios:

(i) el Rappitendero tiene el dinero suficiente y paga con su dinero propio; y
ii) el Rappitendero no tiene dinero, razón por la cual Rappi le dispensa dinero en una tarjeta prepago que se encuentra asociada al Rappitendero. Se aclara que la cuenta bancaria de dicha tarjeta y los dineros que se ingresan a la misma son de propiedad de Rappi.

- vii. El restaurante entrega los productos al Rappitendero, en su calidad de proveedor de los mismos;
- viii. El Rappitendero se dirige a la dirección de entrega de la orden, que fue determinada por el Usuario;
- ix. El Rappitendero entrega los productos al Usuario;
- x. Se procesa la transacción:

(i) En caso que el Usuario haya seleccionado como medio de pago tarjeta de crédito o débito:
1) Ingresa a la pasarela de pago;
2) Ingresa a Redeban/Credibanco;
3) Ingresa al Banco;

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

- 4) Ingresa a la franquicia;
- 5) ingresa a la cuenta bancaria de Rappi como ingreso para terceros;
- 6) si el dinero con el que el Rappitendero pagó la orden fuese de su propiedad, Rappi le paga el valor de la orden al Rappitendero;
- 7) el valor del costo del domicilio (servicio prestado directamente por el Rappitendero) y de la propina es consignado directamente al Rappitendero.

Se aclara que el dinero del costo del domicilio ingresa a la cuenta de Rappi como un dinero recibido para el Rappitendero, es decir, una cuenta por terceros. Por efectos logísticos, cada vez que el Rappitendero acumula treinta mil pesos M/CTE (\$30.000) se realiza la entrega del dinero al Rappitendero.

(ii) En caso de que el Usuario haya seleccionado como medio de pago dinero en efectivo:

- 1) En caso de que el dinero con el que el Rappitendero pagó la orden fuese de su propiedad, el Rappitendero toma la totalidad del dinero entregado;
- 2) En caso que el dinero con el que el Rappitendero pagó la orden fuese de Rappi, ingresa como una cuenta por cobrar al Rappitendero.

xi. Mensualmente, Rappi entrega un reporte de todas las órdenes del Aliado Comercial, que se realizaron por medio de la plataforma Rappi y emite una factura por el valor cobrado por concepto de uso y alquiler de la plataforma.

b. Modelo Cashless: en este modelo de negocio, en el momento en el que el Rappitendero se dirige al restaurante para recoger la orden solicitada por el Usuario, no tiene que pagar ninguna suma de dinero al Aliado Comercial. Únicamente debe identificarse y entregar el número de orden. Para mayor claridad, el procedimiento es el siguiente:

- i. El Usuario realiza su orden por medio de la plataforma Rappi;
- ii. La orden ingresa a la Tablet del restaurante, quien debe aceptar la orden y establecer un tiempo de preparación. A partir de este momento el restaurante debe empezar a preparar la orden;
- iii. La orden es exhibida en la aplicación Rappitendero;
- iv. La orden es aceptada por un Rappitendero;
- v. El Rappitendero se dirige al restaurante;
- vi. El Rappitendero se identifica y entrega el número de la orden al restaurante;
- vii. El restaurante entrega los productos al Rappitendero;
- viii. El Rappitendero se dirige a la dirección de entrega de la orden, que fue determinada por el Usuario.
- ix. El Rappitendero entrega los productos al Usuario y tramita la orden.
- x. se procesa la transacción:

(i) En caso de ser con tarjeta de crédito/débito:

- 1) Ingresa a la pasarela de pagos;
- 2) Ingresa a redeban/Credibanco;
- 3) Ingresa al Banco,
- 4) Ingresa a la franquicia;
- 5) Ingresa a cuenta bancaria de Rappi en calidad de ingreso de un tercero;
- 6) el valor del costo del domicilio y de la propina es consignado al Rappitendero. Se aclara que el dinero del costo del domicilio y de la propina ingresa a la cuenta de Rappi, como una cuenta por pagar al Rappitendero. Cada vez que el Rappitendero acumula treinta mil pesos M/CTE (\$30.000), se realiza la entrega del dinero al Rappitendero.

(ii) En caso de que el Consumidor haya seleccionado como medio de pago dinero en efectivo:

- 1) En caso de que el dinero con el que el Rappitendero pago la orden fuese de su propiedad, el Rappitendero toma la totalidad del dinero entregado;
- 2) En caso de que el dinero con el que el Rappitendero pagó la orden fuese de Rappi, ingresa como una cuenta por cobrar al Rappitendero.

xi. Cada miércoles Rappi consigna al Aliado Comercial el valor de las órdenes de productos del restaurante, tramitadas por medio de la plataforma Rappi la semana inmediatamente anterior, menos el valor cobrado por Rappi por concepto de uso y alquiler de la plataforma.

xii. Se aclara que dicho pago al restaurante se hace en calidad de pago por terceros (art. 1630 del Código Civil), entendiéndose que el pago se realiza por los Usuarios que adquirieron productos del restaurante.

Para el caso en el que los Aliados Comerciales son supermercados, tiendas, farmacias, etc., el modelo de negocio se denomina “CPG’s (Consumer packaged goods)”, al tratarse de la adquisición de productos empacados, distintos a aquellos que son preparados especialmente para una orden, como ocurre en los restaurantes.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Este modelo, al igual que el de los restaurantes, también funciona con los modelos cashless y no cashless que se explicaron anteriormente. La única diferencia radica en que la orden no ingresa a la Tablet del Aliado Comercial, sino que es remitida a una Tablet o celular de los denominados ‘personal shoppers’ o compradores personales, que se encargan de realizar la selección de los productos, los registran en la caja registradora y los entrega el Rappitendero que aceptó la orden.

Para el caso de servicios, el contacto se realiza entre Usuarios y Aliados Comerciales, sin que intervenga, en este caso, el Rappitendero.

B. El encargo de adquirir productos de otros proveedores (Rappi Antojo)

Asimismo, a través de la plataforma de Rappi, los Usuarios pueden solicitarle a los Rappitenderos que adquieran productos de proveedores distintos a los Aliados Comerciales, mediante la función de Rappi Antojo.

En este caso, el proceso de la orden funciona igual que en el modelo de restaurantes No Cashless. La única diferencia es que en este caso Rappi no cobra ningún valor por el uso y alquiler de la plataforma ya que no pone en contacto al Usuario con un Aliado Comercial.

Así pues, pone en contacto a dos sujetos: (i) los Usuarios y (ii) los Rappitenderos.

Por ejemplo: el Usuario le solicita al Rappitendero que le compre un libro en una librería y lo lleve a una dirección específica. El Rappitendero se dirige a la librería, como un cliente común, compra el libro y lo lleva a la dirección indicada.

C. El encargo de ejecutar un favor (el Rappi Favor)

En esta sección de la plataforma, el Usuario le solicita al Rappitendero que le ejecute un favor. Por ejemplo: recoger unas llaves en la dirección A y llevarlas a la dirección B; completar el equipo de fútbol 5 a un amigo que no pudo llegar, sacar al perro, etc.

D. El encargo de llevar dinero en efectivo (Rappi Cash)

En esta sección, el Usuario le solicita al Rappitendero que le lleve dinero en efectivo a domicilio. Dada la naturaleza de este servicio, el mismo únicamente puede ser pagado por medio de tarjeta de crédito o débito.

El procedimiento en este tipo de encargo es el siguiente:

- i. El Usuario realiza su orden por medio de la plataforma Rappi;*
- ii. La orden es exhibida en la aplicación Rappitenderos;*
- iii. La orden es aceptada por un Rappitendero;*
- iv. Rappi le dispensa la suma solicitada por el Usuario en una tarjeta prepago que se encuentra asociada al Rappitendero.*

Se aclara que la cuenta bancaria de dicha tarjeta y los dineros que se ingresan a la misma son de propiedad de Rappi. Se aclara que al Rappitendero se le dispensa el valor del costo del domicilio, el valor solicitado por el Usuario y el valor cobrado por el banco por la transferencia bancaria, el cual equivale al dos punto cinco por ciento (2.5%) por lo general, entendiéndose que pueden existir excepciones.

- v. El Rappitendero se dirige al cajero para retirar el dinero;*
- vi. El Rappitendero se dirige a la dirección de entrega de la orden, que fue determinada por el Usuario;*
- vii. El Rappitendero entrega el dinero al Usuario tramita la orden. Es en este momento en el que se realiza el cobro a la tarjeta del Usuario.*
- viii. Se procesa la transacción:*
 - 1) Ingresa a la pasarela de pagos;*
 - 2) Ingresa a Redeban/Credibanco;*
 - 3) Ingresa al Banco;*
 - 4) Ingresa a la franquicia;*
 - 5) Ingresa a la cuenta bancaria de Rappi;*
 - 6) el valor del costo del domicilio es consignado al Rappitendero.*

Se aclara que el dinero del costo del domicilio ingresa a la cuenta de Rappi como una cuenta por pagar al Rappitendero. Cada vez que el Rappitendero acumula treinta mil pesos M/CTE (\$30.000) se realiza el respectivo pago a favor del Rappitendero.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

De lo anterior, es claro que la plataforma es utilizada para contactar a distintos sujetos para la adquisición de productos y/o la gestión de encargos.

En ningún caso, Rappi es parte en las relaciones contractuales que se perfeccionan a través de su plataforma, ya sean contratos de compra venta con los Aliados Comerciales en los modelos Cashless o contratos de mandato con los Rappi Shoppers y Rappitenderos.

En efecto, Rappi es independiente de todos los sujetos que interactúan a través de su plataforma; no produce ni provee los bienes y servicios que se exhiben en ésta; y no realiza ninguna de las gestiones encomendadas por los Usuarios.

De esta forma, es claro que Rappi no es una plataforma de comercio electrónico, pues en ella no se realizan actos, negocios u operaciones mercantiles entre proveedores y consumidores para la comercialización de productos y servicios (artículo 49 del Estatuto del Consumidor).

Por el contrario, Rappi es una plataforma de contacto, pues (i) pone a disposición una plataforma electrónica; (ii) en la que los usuarios contactan a un Aliado Comercial y/o a un Rappitendero para la adquisición de un producto o la gestión de un encargo. Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 53 del Estatuto del Consumidor.

No obstante lo anterior, la SIC concluye que Rappi es una plataforma de comercio electrónico a partir de supuestos que no están previstos en ninguna norma, por lo que su decisión es absolutamente discrecional.

Frente al supuesto de que Rappi ‘obtiene porcentaje de los valores transados a través de la plataforma’; se trata de una forma de cláusulas la comisión que tienen que pagar los Aliados Comerciales por el alquiler y uso de la plataforma para exhibir sus productos. Esto no quiere decir, de ninguna manera, que Rappi hace parte de la cadena de comercialización de los mismos.

Frente al supuesto de que Rappi ‘participa en la realización del pago’: si bien el pago de los productos y/o de los encargos se realiza a través de la plataforma esto no quiere decir que sea Rappi quien está comercializando dichos bienes y servicios. Al tratarse de una plataforma de contacto, Rappi pone a disposición de sus Usuarios una pasarela de pagos dirigidos a los terceros (Aliados Comerciales y/o Rappitenderos) con los que adquiere el bien o servicio.

Frente al supuesto de que Rappi ‘emite publicidad, realiza promociones y ofertas’: tampoco es cierto. Rappi exhibe publicidad, promociones y ofertas que hacen los aliados comerciales de sus productos.

Frente al supuesto de que Rappi ‘asume mediante los canales ‘chat Rappitendero’ y ‘soporte’ el dialogo con el consumidor’: Rappi sostiene un diálogo con el usuario, pues éste utiliza su plataforma para celebrar contratos con terceros. De esta forma, Rappi garantiza un buen servicio como portal de contacto, al facilitar la comunicación entre los usuarios y los Rappitenderos lo cual es, además, uno de sus deberes de conformidad con lo dispuesto en el artículo 53 del Estatuto del Consumidor.

Frente al supuesto de que Rappi ‘determina la procedencia de la ‘garantía de los precios’: no es cierto. Los únicos que pueden garantizar los precios de los productos son sus productores y proveedores, sean o no Aliados Comerciales.

*Frente al supuesto de que Rappi ‘es quien comparece ante la Superintendencia como sujeto pasivo en las demandas en ejercicio de la acción de protección al consumidor y como investigado en las actuaciones que en ejercicio de la funciones administrativas adelanta esta entidad’; respetuosamente resaltamos que no es de recibo partir de esta situación para basar la imputación de cargos. En un Estado de Derecho, una autoridad no puede alegar que un particular se está **autoimplicando** en una conducta indebida, por (i) ejercer sus derechos de defensa y contradicción en los procesos que ésta adelanta en su contra y (ii) por acudir a la justicia según el llamado de la autoridad, quien es, por cierto, la que define si se tiene a Rappi como demandado o investigado. En otras palabras, no es una conducta que sea imputable a Rappi (pues depende de la decisión de la SIC), ni una que se derive de su actuar en el mercado, pues se trata de un escenario controversial derivado del ejercicio de funciones administrativas o judiciales de esta misma entidad.*

Así las cosas, dejando claro que Rappi no es una plataforma de comercio electrónico, como equivocadamente lo concluyó la SIC en la Resolución 40212, pasarán a formularse los siguientes descargos, no sin antes resaltar que aunque Rappi no es una plataforma de comercio electrónico, ni tiene las responsabilidades que le asigna la ley al productor o

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

expendedor de bienes por estos medios no tradicionales, no por ello se desprotege al Usuario de la plataforma, quien mantiene las mismas capacidades y derechos que tendría al acudir al mercado. Rappi no es una fuente de riesgos para el Usuario (...).”

Por otra parte, la investigada en su escrito de alegatos de conclusión, manifestó frente a que no era una plataforma de comercio electrónico, lo que a continuación se indica:

“(...) Sea lo primero señalar que la Dirección no otorgó a Rappi ninguna oportunidad o espacio procesal para contradecir el supuesto base del que parte toda esta investigación, así como las órdenes administrativas impartidas al interior de la misma para la modificación del modelo de negocio de la Compañía.

Si bien en los descargos la Compañía ha expuesto los argumentos por los cuales no es una plataforma de comercio electrónico, sino un portal de contacto y ha aportado las pruebas que demuestran su funcionamiento como tal, lo cierto es que éste no ha sido un punto objeto de debate en esta investigación, pues todos los cargos se basan en esa asunción que hizo la Dirección desde un inicio.

No obstante lo anterior y en vista de que todos los cargos imputados a Rappi parten del supuesto equivocado de que comercializa bienes de su Aliados Comerciales a través de la plataforma, en estos alegatos se expondrá nuevamente por qué ese supuesto debe descartarse y así analizarse desde una óptica distinta cada uno de los cargos.

A. El funcionamiento de Rappi como portal de contacto

El artículo 53 del Estatuto del Consumidor define el portal de contacto de la siguiente manera (...)

En contraposición con lo anterior, el artículo 49 del mismo estatuto señala que (...)

Pues bien, simplemente de las definiciones que contiene el Estatuto del Consumidor es posible establecer la diferencia entre un portal de contacto y una plataforma de comercio electrónico, sin que sea necesario acudir a otras fuentes no vinculantes en el ordenamiento jurídico colombiano como lo son el derecho comparado o la interpretación de las normas por parte de autoridades administrativas.

Dicha diferencia radica, básicamente, en si la plataforma vende el producto directamente al consumidor – caso en el cual se tratará de una plataforma de comercio electrónico- o si lo hace el productor y/o proveedor del bien o servicio a través del contacto que generó la plataforma con el consumidor – caso en el cual se tratará de un portal de contacto

En el caso de Rappi, como se ha explicado y demostrado de forma exhaustiva en esta investigación, la plataforma vende únicamente un producto al consumidor que es la membresía RappiPrime, para obtener beneficios por la utilización de la plataforma. Así lo señaló el Representante Legal de la Compañía, bajo juramento, en la diligencia realizada el 9 de enero de 2020

*Los demás productos **exhibidos** en la plataforma son comercializados por los Aliados Comerciales de Rappi (v.gr., Adidas, El Corral, Carulla, Farmatodo, etc.), sin que Rappi tenga ninguna injerencia en la cadena de producción o distribución del bien o servicios. Lo anterior, se encuentra demostrado en las certificaciones expedidas por los Aliados Comerciales Adidas, DLK y Bagatelle, en las que se señala claramente que el establecimiento comercial:*

‘alquila un espacio digital en la plataforma virtual Rappi para exhibir imágenes de sus productos a los consumidores y que éstas les sirvan de referencia al momento de realizar una compra en las tiendas’ y que ‘Rappi de ninguna manera comercializa los productos (...) en el mercado y aclaramos que solo presta el servicio de plataforma digital para conectar nuestra marca directamente con los consumidores’.

En efecto, el funcionamiento de Rappi consiste, básicamente, en lo siguiente: la plataforma es utilizada por tres actores a saber (i) el Aliado Comercial, que es un establecimiento de comercio que busca exhibir y ofrecer virtualmente sus productos para que éstos sean conocidos y adquiridos por el consumidor; (ii) el Rappitendero, que es una persona natural que busca ofrecer su servicio de mandatario para realizar los encargos que se le encomienden a cambio de una contraprestación; y (iii) el consumidor, que busca adquirir de una forma ágil y sin tener que movilizarse un producto o un servicio, ya sea al Aliado Comercial y el Rappitendero o únicamente al Rappitendero (por ejemplo, el Rappifavor).

Es importante aclarar que ninguno de estos actores tiene una relación de dependencia y/o subordinación con Rappi, por lo que hacen uso libre de la plataforma para ponerse en contacto

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

con el actor que les interese. Entre Rappi y los Aliados Comerciales existen unos contratos comerciales de alquiler del uso de la plataforma y los Rappitenderos, por su parte, son usuarios de la plataforma que aceptan sus términos y condiciones una vez se registran en la misma para prestar el servicio de mandato.

Asimismo, ninguno de los cobros que realiza el Aliado Comercial por sus productos o el Rappitendero por sus servicios pasa al activo de Rappi, sino que se registra en la contabilidad en el pasivo, como un ingreso recibido para terceros. En efecto, Rappi entrega todo el dinero del costo de los productos al Aliado Comercial y todo el dinero del costo de envío y de la propina a los Rappitenderos. Los únicos ingresos que percibe Rappi en este caso son (i) el pago que hace el Aliado Comercial por el alquiler de la plataforma y (ii) el pago de la membresía RappiPrime.

De esta forma, es claro que Rappi se limita a poner a disposición de personas naturales y jurídicas una plataforma electrónica para que se ofrezcan productos -por parte de los Aliados Comerciales y los Rappitenderos- y los consumidores puedan contactarlos por dicho mecanismo para su adquisición.

Ahora bien, es claro que Rappi, en su calidad de comerciante, busca prestar el mejor servicio posible como plataforma de contacto. Es por esta razón que hace seguimiento de las operaciones y facilita la resolución de peticiones, quejas y reclamos por parte de los consumidores a los Aliados Comerciales y a los Rappitenderos.

No obstante, Rappi no responde por ninguna de esas quejas y reclamos contra los Aliados Comerciales y los Rappitenderos. Si bien da una pronta solución, quien responde pecuniariamente con la devolución del dinero o el envío nuevamente del producto es el Aliado Comercial y/o el Rappitendero, mediante un descuento que se hace posteriormente en el sistema de compensación de cuentas. Así lo explicó el Representante Legal, bajo juramento, en la diligencia llevada a cabo el 9 de enero de 2020, al preguntársele quién respondía por la calidad de los productos.

La Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales, a su vez, ha creado un elemento adicional en su jurisprudencia consistente en que el consumidor debe poder concretar la operación de consumo al margen de la plataforma. Aun cuando este elemento adicional es cuestionable, ya que (i) no lo prevé la ley y (ii) el juez no está llamado a ‘crear’ normas, sino únicamente aplicarlas, lo cierto es que en este caso también se cumpliría, pues el consumidor concreta la operación de consumo al margen de la plataforma, pues lo que hace es darle un mandato al Rappitendero para que adquiera ese producto a su nombre en el establecimiento físico del Aliado Comercial.

Así pues, es claro que Rappi cumple con todos los requisitos para ser catalogada como una plataforma de contacto y no de comercio electrónico. Por otro lado, no hay ninguna prueba en el expediente de esta investigación que demuestre operativa o contablemente que Rappi funciona como una plataforma de comercio electrónico.

Sin embargo, esta Dirección consideró, en la Resolución 40212 de 2019, que Rappi era una plataforma de comercio electrónico (...)

Si bien esto hace parte de otra investigación administrativa que adelanta esta Dirección en el mismo expediente, es necesario pronunciarse al respecto en estos alegatos, pues incide directamente en los cargos imputados en la Resolución.

Para empezar, es necesario poner de presente que ninguna de las actuaciones señaladas por la Dirección están previstas de alguna manera en la ley como características de una plataforma de comercio electrónico. Por consiguiente, concluir de dichas premisas que Rappi no es un portal de contacto es arbitrario e ilegal, constituyendo además una extralimitación de las funciones de la entidad en lo que se refiere a la aplicación de la ley.

En efecto, no puede pasarse por alto que aquí la Dirección no actúa como legislador ni como juez, sino como una autoridad administrativa limitada al texto estricto de la ley, sin que haya lugar a interpretaciones que le sirvan como ‘fuente de derecho’.

Por otro lado, la Dirección incurre en una falacia lógica de causalidad falsa al pretender extraer una conclusión de unas premisas que no son válidas, pues en ninguna de ellas está previsto un supuesto que caracterice a una plataforma como un comercio electrónico.

Ahora bien, frente al primer argumento relativo a la obtención de porcentajes de los valores transados a través de la plataforma, lo cierto es que se trata únicamente de una forma de establecer el precio del alquiler de la misma que deberá pagar el Aliado Comercial. Esto no

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

quiere decir de ninguna manera que por esa razón Rappi ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos.

No hay norma alguna que señale cómo se debe establecer la contraprestación de los servicios de un portal de contacto, por lo que inferir a partir de la forma que eligió Rappi para establecerla, que éste es un comercio electrónico, escapa absolutamente del alcance de la ley y de las competencias de esta Dirección.

En lo relativo a la participación en la realización del pago, es apenas lógico que el portal de contacto participe en el mismo poniendo a disposición de las dos puntas de la operación una pasarela de pagos, mecanismo a través del cual el consumidor podrá, a su elección, retribuir al comercio por la adquisición del producto, de acuerdo con lo establecido en el mismo artículo 53 del Estatuto del Consumidor.

No tiene lógica jurídica pretender establecer que en una plataforma de contacto únicamente se dé un ‘contacto’ entre el consumidor y el establecimiento de comercio, sin que se realicen operación alguna adicional. Lo que se busca con la consagración expresa de la figura en la norma (Ley 1480 de 2011) es que ese portal sirviera como intermediario precisamente para concretar la operación entre las partes, sin que dicho intermediario se entendiera como un expendedor del producto. De lo contrario, se llegaría al absurdo de que una plataforma de contacto únicamente puede prestar un servicio de “clasificado”, chat o directorio telefónico para que las partes puedan ponerse en contacto.

En lo que respecta a la publicidad, promociones y ofertas, no es cierto que Rappi realice las mismas. Rappi únicamente realiza publicidad propia para incentivar la utilización de la plataforma. Toda la publicidad, promociones y ofertas que aparecen en la misma son realizadas por el Aliado Comercial. Así lo expresó el Representante Legal de Rappi, bajo juramento, frente a la pregunta que le realizó esta Dirección sobre la publicidad llevada a cabo por la Compañía: (...)

Frente a los canales de soporte a disposición de los usuarios, es claro que Rappi, al ser un comerciante, debe ofrecer un buen servicio al cliente a todos los actores que utilizan su plataforma para que continúen utilizándola. Es ilógico señalar que un portal de contacto que presta atención y soporte a sus usuarios es necesariamente una plataforma de comercio electrónico. Es un elemento que en nada incide en la determinación de si existe o no una relación de consumo, máxime cuando para el usuario es claro que está adquiriendo un producto de un Aliado, pues ‘en Rappi’ no se compran ni se venden aguacates, hamburguesas o cualquier otro producto, sino que se encuentran los productos de Aliados Comerciales, quienes sí ofrecen hamburguesas, verduras y frutas.

Además, el servicio que presta Rappi es el de servir de canal de comunicación entre los actores que utilizan la plataforma, pues precisamente es un portal de contacto. Por consiguiente, inferir que por prestar esas herramientas de contacto es una plataforma de comercio electrónico no tiene ningún sentido

Sobre la ‘garantía de precios’, no es cierto que Rappi asuma la misma. Por el contrario, en sus contratos con los Aliados Comerciales, los cuales fueron aportados a esta investigación el 9 de enero de 2020 por solicitud de la Dirección, se señala expresamente en la cláusula de obligaciones del Aliado que éste es el responsable de:

Así, aun cuando Rappi en su canal de soporte reconozca que procede una garantía de precio en virtud del contrato celebrado con sus Aliados Comerciales, quienes responderán por la misma serán estos últimos, descontándose ese dinero de las compensaciones que realicen esa semana las partes.

Por último, en lo atinente a la comparecencia de Rappi a los procesos jurisdiccionales y las investigaciones administrativas que adelanta esta entidad, se trata de un argumento absurdo, pues es esta Dirección y la Delegatura de Asuntos Jurisdiccionales, las que conminan a la Compañía para que comparezca.

Con base en todo lo anterior, se descarta de plano el supuesto del que partió esta Dirección para imputar los cargos, consistente en que Rappi es una plataforma de comercio electrónico. Como lo hemos resaltado desde el inicio de la actuación, es necesario que la Dirección analice los hechos y las pruebas aportadas en esta investigación, desde la óptica de que Rappi, por virtud de la libertad de empresa que impera en este país, ha escogido ser un portal de contacto y actúa como tal (...).”

Al respecto, resulta importante poner de presente que el argumento de fondo expuesto por la investigada, dentro de esta actuación administrativa es que no le son aplicables las reglas dispuestas

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

al comercio electrónico de la Ley 1480 de 2011 o Estatuto del Consumidor, toda vez que su modelo de negocio corresponde es a un portal de contacto y no al del comercio electrónico.

Asimismo, la investigada en sus escritos de defensa indicó que la calidad de de comercio electrónico fue establecida a través de la Resolución N° 40212 de 28 de agosto de 2019 “*por la cual se imparte una orden administrativa*”, acto administrativo que fue expedido igualmente dentro del radicado número 18-256766; aspecto que procederá a estudiar este Despacho partiendo de los elementos probatorios que obraban en el plenario.

De esta forma y para abordar los argumentos de la investigada, de cara al modelo de negocio que emplea en el mercado colombiano, esta Dirección procederá en primera medida, a analizar las definiciones legales aplicables al presente caso, esto es, lo correspondiente a los portales de contacto y al comercio electrónico, con el fin de delimitar el objeto de estudio.

En segunda medida y de conformidad con los argumentos esgrimidos y el acervo probatorio, se determinará quienes son las partes que intervienen en el modelo de negocio, cuales son los ingresos que percibe la investigada por los servicios ofrecidos, los medios de pago que ésta tiene dispuestos en su plataforma, así como sus facultades dentro del modelo de negocio implementado, con el fin de determinar si la sociedad objeto de investigación ostenta o no la calidad de proveedor habitual de bienes y/o servicios a través de una plataforma de comercio electrónico.

41.1.2.1. Definiciones legales aplicables al presente caso de estudio:

En atención a lo anterior, esta Autoridad considera preciso analizar el artículo 53 del Estatuto del Consumidor, que regula específicamente a los portales de contacto, a fin de establecer el alcance de la referida disposición, así:

“ARTÍCULO 53. PORTALES DE CONTACTO. *Quien ponga a disposición una plataforma electrónica en la que personas naturales o jurídicas puedan ofrecer productos para su comercialización y a su vez los consumidores puedan contactarlos por ese mismo mecanismo, deberá exigir a todos los oferentes información que permita su identificación, para lo cual deberán contar con un registro en el que conste, como mínimo, el nombre o razón social, documento de identificación, dirección física de notificaciones y teléfonos. Esta información podrá ser consultada por quien haya comprado un producto con el fin de presentar una queja o reclamo y deberá ser suministrada a la autoridad competente cuando esta lo solicite”.*

De la anterior norma, debe destacarse que la misma hace referencia en primera medida, a que el portal de contacto es una plataforma electrónica, entendida ésta como un sistema de datos programados bajo una arquitectura de códigos binarios que no son perceptibles para los usuarios y que sirve en uno o varios sistemas operativos mediante una interfaz codificada y que permite que personas naturales y/o jurídicas pueden interactuar; en este caso, para ofrecer productos para ser comercializados y adquiridos por los consumidores.

Así y una vez, se presenta el ofrecimiento de los productos, los consumidores pueden contactar por el mismo medio a la persona natural y/o jurídica que los ofrece, para su posterior adquisición, mediante la celebración de un negocio jurídico.

En segunda medida, es oportuno señalar, que dicha norma introduce unas obligaciones mínimas que les son exigibles a quienes ponen a disposición un portal de contacto, con el fin de garantizar el derecho de reclamación de los consumidores, prerrogativa fundamental que les asiste (numeral 1.5 del artículo 3° de la Ley 1480 de 2011), por lo que este tipo de portales deben contar con la información básica de los proveedores, a fin de que los compradores puedan ejercer sus solicitudes y reclamaciones.

Por otro lado, resulta importante traer a colación igualmente el artículo 49 de la Ley 1480 de 2011, que establece lo correspondiente al comercio electrónico también conocido como *e-commerce* (*electronic commerce* en inglés), así:

“ARTÍCULO 49. *Sin perjuicio de lo establecido en el literal b) del artículo 2o de la Ley 527 de 1999, se entenderá por comercio electrónico la realización de actos, negocios u operaciones*

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

mercantiles concertados a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios”. (Subrayado y negrilla fuera de texto).

El anterior artículo, señala que el comercio electrónico es entendido en el ordenamiento jurídico colombiano como todos aquellos actos, negocios u operaciones mercantiles que son concertados mediante mensajes cursados telemáticamente entre proveedores y consumidores. En otras palabras, el comercio electrónico consiste en la concertación de operaciones de consumo a través de canales telemáticos, como por ejemplo, el envío e intercambio de mensajes de texto SMS, el correo electrónico, aplicaciones móviles de datos, internet, entre otros.

Asimismo y para la cabal comprensión de la norma referida, resulta preciso traer a colación la definición que señala la Ley 1480 de 2011 o Estatuto del Consumidor, en relación con quienes se reputan como proveedores o expendedores, de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 5o. DEFINICIONES. Para los efectos de la presente ley, se entiende por: (...) **11. Proveedor o expendedor:** Quien de manera habitual, directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos con o sin ánimo de lucro”. (Subrayado y negrilla fuera de texto).

En ese sentido, quien comercialice productos, es reconocido por la legislación nacional como un proveedor. Ahora bien, si ese proveedor concierta sus operaciones a través del intercambio de mensajes cursados telemáticamente, por ejemplo utilizando internet, computadoras personales, portátiles, tabletas, teléfonos móviles y otros dispositivos de acceso a internet, para adelantar sus operaciones mercantiles, dicho proveedor estará realizando operaciones de consumo electrónicas y en consecuencia, le será aplicable la totalidad de las disposiciones contenidas en el Capítulo VI del Estatuto del Consumidor.

41.1.2.2. Partes intervinientes en el modelo de negocio de la investigada:

Así las cosas y en virtud de lo anterior, este Despacho para determinar cuál es el modelo de negocio de la investigada y si le son aplicables o no las disposiciones del Estatuto del Consumidor, procedió en ejercicio de sus funciones legales a consultar el Registro Único Empresarial y Social de Cámaras de Comercio –RUES- y evidenció, que ésta dentro de su objeto social, tiene inscrito, entre otras cosas, lo siguiente:

“(...) (I) Conectar consumidores con expendedores por medio de una plataforma virtual compuesta por una página web y una aplicación móvil, para que los consumidores ingresen a la plataforma virtual, se informen sobre los productos de consumo exhibidos y puedan realizar la transacción de compraventa directamente con los expendedores de manera electrónica;

(II) La sociedad a través de la plataforma virtual realizará las siguientes acciones:

- A) Exhibir diferentes productos de consumo de forma publicitaria para que puedan servir de referencia a los consumidores,*
- B) Facilitar el encuentro entre consumidores y expendedores para la realización del vínculo contractual,*
- C) Permitir el uso de la plataforma de pagos, sin que en este proceso implique vínculo alguno con la sociedad, ya que por la tecnología implementada el pago se realiza directamente a los expendedores.*
- D) Sirve de medio de envío de comunicaciones entre los consumidores y los expendedores.*

En desarrollo del mismo, la sociedad podrá por su propia cuenta o en asocio con otra u otras sociedades, comercializar los bienes, productos o servicios que adquiera a cualquier título, abrir establecimientos de comercio con tal fin (...).”

Del anterior objeto social, resulta útil destacar que la investigada indica que a través de una plataforma virtual, bien sea mediante una página web o un aplicativo móvil, permite el contacto entre consumidores y expendedores para que los primeros se informen sobre los productos que se encuentran allí exhibidos y se realice una transacción de compraventa electrónica ante los últimos. Asimismo, se indica que la investigada podrá en dicha plataforma exhibir los productos de consumo de forma publicitaria para los consumidores; facilitar el encuentro entre los consumidores y expendedores; permitir el uso de una plataforma de pago, sin que dicho proceso genere un vínculo con ella y servir de medio de envío de comunicaciones entre las partes en mención.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Aunado a ello, se señala que la investigada podrá por cuenta propia o en asocio con otras sociedades comercializar bienes, productos y/o servicios.

Al respecto, se observa en un primer momento, que dicho objeto social presenta características de un portal de contacto, al indicar que tiene un espacio virtual mediante el cual se conectan dos partes, estos son, consumidores y expendedores. Sin embargo, también se evidencian características propias de proveedores de bienes y servicios a través de los portales de comercio electrónico, como lo son la generación de un ambiente electrónico a través del cual se pueden generar operaciones mercantiles de consumo y en donde igualmente, se realiza la publicidad de los productos y/o servicios ofrecidos. Aunado a ello, se indica que en dicho espacio virtual, se hace uso de métodos de pago y que la investigada por su propia cuenta puede llegar a comercializar dichos bienes.

En ese orden, resulta importante acudir a otros medios probatorios, con el fin de establecer su calidad en el mercado colombiano. Así y en concordancia con lo anterior, se evidencia de los elementos probatorios que reposan en el plenario, que efectivamente para llevar a cabo el objeto social anterior, la investigada cuenta tanto con una página web como con una aplicación móvil que lleva su mismo nombre, esto es, “*RAPPI*”, tal y como lo respaldan las visitas de inspección administrativas realizadas en la etapa de averiguación preliminar y que fueron radicadas mediante los consecutivos números 18-256766-3 del 17 de julio de 2019 y 18-256766-4 del 26 de julio de 2019. En ese sentido, esta Dirección le da la razón a la investigada frente a los argumentos esgrimidos en sus argumentos de defensa, acerca de que funciona en el mercado a través de dichos medios digitales.

Por otra parte, resulta importante mencionar que en la declaración de parte del representante legal suplente, Diego Felipe Alonso Cruz, llevada a cabo el 9 de enero de 2020 por esta Dirección y cuyo soporte fue radicado con el número 18-256766-61, se indicó lo siguiente:

Dirección: *“Bueno ahora por parte de la Dirección no tengo más preguntas puntuales en este momento, simplemente conceder el uso de la palabra para que exponga todas las situaciones, aspectos que considere pertinentes, dejar consignados en esta diligencia, insisto, ciñéndolo al objeto de la prueba cuando al momento de la solicitud se indicó que quería declararse o manifestaron su intención de declarar sobre la naturaleza y operación de la plataforma, te concedo el uso de la palabra”.*

Respuesta Representante Legal: *“Básicamente como mencioné al principio de la diligencia, pues Rappi es un portal de contacto que permite que varios tipos de usuarios se contacten pues para celebrar distintos tipos de acuerdos, como les decía es el usuario consumidor quien solicita los productos, quien comercializa los productos son los aliados comerciales, llámese el (...) y por otro lado, están los Rappitenderos que son unas personas independientes sobre las cuales Rappi no tiene ninguna dirección laboral, porque no tenemos ninguna relación laboral con ellos que están dispuestos a realizar el encargo que les solicita el mismo consumidor, que básicamente es ir a recoger los productos al punto de referencia, al punto de venta del aliado comercial donde el consumidor solicitó los productos para llevárselo, básicamente así es como funciona no tiene mucho más digamos que misterio cómo funciona la plataforma, básicamente es eso y Rappi gana digamos donde Rappi gana dinero es de cobrar el uso y alquiler de la plataforma a los aliados comerciales, el aliado comercial tiene un interés en maximizar sus ventas, en llegar a un número mayor de consumidores y que estos consumidores puedan acceder a sus productos y Rappi le presta un espacio para que el aliado pueda exhibir sus productos y con base en los productos que comercialice, pues Rappi se gana un valor de eso, básicamente así es que funciona la plataforma, obviamente esto es también y como para dejar claro es para facilitarle la vida a la gente, Rappi es una aplicación para gente que tiene muy poco tiempo y digamos hay otro tipo de usuario que es el Rappitendero que quiere tener un ingreso extra porque además el 90% de los Rappitenderos no lo tienen como un trabajo fijo, sino para generar unos ingresos extras, están los estudiantes universitarios, los señores de las vigilancias de los edificios, que ven en esto una oportunidad de crear un ingreso extra y están dispuestos en ese acuerdo que celebran con el consumidor a prestarle el servicio de llevarle los productos que se le solicitan porque no tienen tiempo de ir al mercado, restaurante. etc., básicamente es el funcionamiento de la plataforma (...).”*
(Subrayado fuera de texto). (Minuto 10:29 en adelante).

De lo anterior, se tiene que la investigada reiteró su posición de ser un portal de contacto a través del cual convergen diferentes usuarios, indicando adicional a los consumidores y expendedores a un *Rappitendero*, entendido éste último como una persona natural que se encarga de recoger los productos que el consumidor escoge en la plataforma para ir a entregárselos a éstos.

Asimismo, se indicó que por permitir la exhibición de los mismos, ésta gana un valor denominado “*uso y alquiler de la plataforma*”.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Por otro lado y al revisar el escrito de respuesta que allegó el representante legal de la investigada mediante el consecutivo número 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018, con el fin de atender el requerimiento de información proferido por este Despacho a través de los oficios números 18-256766-0 y 18-256766-1 del 3 de octubre de 2018, advirtió que, ésta proporcionó similar información respecto de su objeto social, así como se lo dio a conocer a los consumidores en sus términos y condiciones de uso de la plataforma, así:

“(…)

1. INFORMACIÓN

RAPPI S.A.S. es una sociedad constituida conforme a las leyes colombianas, identificada con NIT: 900843898-9, con domicilio en la ciudad de Bogotá D.C., que para los efectos de los presentes términos se denominará EL OPERADOR.

2. NATURALEZA JURÍDICA

Los presentes términos y condiciones de uso regulan la relación contractual de carácter comercial que une a los Consumidores que acceden a la plataforma virtual y al OPERADOR, especialmente en la autorización de uso que otorga éste en favor de aquel.

4. OBJETO

Los presentes términos y condiciones regulan la autorización de uso que otorga el Operador a los Consumidores, para que éstos ingresen a la plataforma virtual, se informen sobre los productos de consumo exhibidos, para que sean utilizados como referencia y puedan solicitar la gestión de un encargo, por medio de un contrato de mandato con el Mandatario.

El Operador a través de la Plataforma realiza las siguientes acciones:

- i) Exhibe diferentes productos y servicios de consumo de forma publicitaria para que puedan servir de referencia a los Consumidores,*
- ii) facilita el encuentro entre Consumidores y Mandatario para la realización del vínculo contractual,*
- iii) permite el uso de la plataforma de pagos*
- iv) sirve de medio de envío de comunicaciones entre los Consumidores y los Mandatarios.*

La celebración de la relación contractual entre Consumidores y Mandatarios, se da con Consumidores que se encuentren en el territorio nacional o que, estando en el extranjero, solicitan la gestión de un encargo, que debe ser realizado en territorio colombiano, pagando una contraprestación económica, mediante el sistema de pago electrónico por la plataforma electrónica “PAYMENTEZ” o en dinero en efectivo al momento de la recepción de los productos, a elección del Consumidor.

A través de la Plataforma se exhiben productos, cuya gestión de compra es encargada por los Consumidores a los Mandatarios, siendo que los primeros buscan satisfacer una necesidad privada, personal o familiar, y en ningún momento pretenden la comercialización, reventa o cualquier otro tipo de transacción comercial o interés con los productos adquiridos.

De lo anterior, debe destacarse que la investigada en dichos términos y condiciones se denominó como el operador e indicó que tenía una relación comercial de carácter contractual con los consumidores proveniente de una autorización para que éstos pudieran hacer uso de la plataforma virtual. Aunado a ello, hizo referencia igualmente a la figura jurídica del mandato, que es aplicable a la figura del *Rappitendero*.

No obstante, se advierte que dentro del objeto que se encuentra contenido en el documento de los términos y condiciones para el uso de la plataforma *Rappi*, las acciones que se describen y que puede realizar el operador, es decir, la investigada, varían frente a las que tiene inscritas en su objeto social, toda vez que pone de presente, que facilita ya no el encuentro entre los consumidores y los expendedores como se indicó en las actividades contenidas en el Certificado de Existencia y Representación Legal, sino que se señala que el encuentro es entre los usuarios y el mandatario y que la plataforma sirve de medio de comunicación entre estos últimos sujetos.

Ahora bien, frente a dichos términos y condiciones, resulta importante destacar que los mismos son conocidos por los consumidores de manera previa a hacer uso de la plataforma, bien a través de la página web o mediante la descarga del aplicativo *Rappi* en los dispositivos móviles, situación igualmente respaldada por la declaración de parte del representante legal suplente, Diego Felipe Alonso Cruz, llevada a cabo el 9 de enero de 2020 por esta Dirección y cuyo soporte fue radicado con el número 18-256766-61, en el que se indicó lo siguiente

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Pregunta apoderado de la investigada: “¿Cómo puede enterarse un usuario de la plataforma de todo lo que usted nos acaba de enterar, donde están estos términos y condiciones, esta explicación de cómo funciona Rappi, donde lo encuentra el consumidor?”

Respuesta Representante Legal: “En los términos y condiciones de la aplicación, que se aceptan antes de hacer uso de la plataforma, ósea es imposible que uno pueda inscribir o registrarse en la plataforma sin aceptar los términos y condiciones si están disponibles claramente, e igualmente sin aceptar la política de tratamientos personales como lo exige la normativa Colombiana y eso no es un misterio, ahí digamos están exhibidos los términos y condiciones y lo que va a reglamentar esa relación ahí queda claro que Rappi no va comercializar los productos y que los responsables son los aliados comerciales y que a la larga es una plataforma de contacto, para poner en contacto a estas tres partes, que como lo dijimos al principio, son los aliados comerciales, los usuarios consumidores y los Rappitenderos, está disponible también por google en términos y condiciones de Rappi, a través de la plataforma están también en el menú principal digamos se pueden consultar en cualquier momento están disponibles permanentemente y obviamente para hacer uso de la plataforma comercial, el usuario tiene que dar su consentimiento previo, expreso e informado, si no realmente es imposible que dando un check box un click después de haberlo leído, debe dar su consentimiento de aceptación”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 35: 27 en adelante).

De lo anterior, llama la atención de este Despacho, que si bien la investigada en su objeto social indicó que conectaba a unas partes a través de su plataforma, lo haya hecho respecto de la relación consumidores-expendedores, pero en los términos y condiciones que conocen los consumidores de manera previa al uso de su página web o de su aplicativo móvil, haya indicado, entre otras cosas, que conecta a los usuarios con los mandatarios. Sin embargo y pese a ello, se pudo establecer durante las diferentes etapas del presente procedimiento administrativo sancionatorio, que la investigada a través de dichos medios virtuales conectaba a tres (3) sujetos, que ésta misma denominó “Establecimientos de comercio/ Proveedores de Servicios (terceros) – Aliados Comerciales de Rappi”, “Rappitenderos” y “consumidores”, en su escrito radicado con el consecutivo 18256766-61.

Así y de los “términos y condiciones de uso de plataforma ‘RAPPI’”, que deben aceptar anticipadamente los usuarios para hacer uso de los medios digitales antes referidos, se observó que ésta indicó como sujetos al “operador”, ósea el sujeto pasivo de esta actuación y en la sección “DEFINICIONES”, a los “consumidores” y el “mandatario”.

Asimismo, en la sección “DETALLE DE SERVICIO”, hizo referencia a las figuras de “consumidor” y “mandatario”, pero no hizo referencia expresa a los aliados comerciales, sino que indicó en la sección “DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO” en la cláusula “f) valor”, entre otras cosas que: “Rappi se reserva el derecho de incrementar, hasta en un diez por ciento (10%), los precios de los productos exhibidos en las tiendas físicas de sus aliados. El usuario reconoce y acepta la anterior condición e igualmente tampoco realizará ningún tipo de reclamación frente a Rappi por cobros adicionales a los precios que se vean reflejados en facturas de venta. Los valores adicionales serán cobrados a título de uso de la plataforma virtual. Y en caso de requerir factura por este concepto deberá solicitarla al correo: servicioalcliente@rappi.com.” (Subrayado y Negrilla fuera de texto).

De esta manera y frente a la investigada u operador, ésta señaló en sus “términos y condiciones de uso de plataforma ‘RAPPI’”, lo que a continuación se expone:

“RAPPI S.A.S. es una sociedad constituida conforme a las leyes colombianas, identificada con NIT: 900843898-9, con domicilio en la ciudad de Bogotá D.C., que para los efectos de los presentes términos se denominará EL OPERADOR.”

3. NATURALEZA JURÍDICA

Los presentes términos y condiciones de uso regulan la relación contractual de carácter comercial que une a los Consumidores que acceden a la plataforma virtual y al OPERADOR, especialmente en la autorización de uso que otorga éste en favor de aquel”. (Subrayado fuera de texto).

Respecto del consumidor, ésta indicó en sus “términos y condiciones de uso de plataforma ‘RAPPI’”, lo siguiente:

(...) 7. CONSUMIDOR

Toda persona natural que, como destinatario final, use La Plataforma para solicitar por medio de ésta un mandato remunerado, cuyo encargo consiste en la celebración de un contrato de compraventa o cualquier otro tipo de contrato lícito, con el fin de adquirir bienes o servicios.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

El uso de la Plataforma lo realiza el Consumidor como persona capaz, manifestando que, para la celebración de contratos de mandato con el Mandatario, cuenta con plena capacidad legal para ser sujeto de derechos y obligaciones, calidades que refrenda al momento de generar su registro.

El Consumidor tiene la obligación de: 1) proveer un documento de identidad nacional (Cédula de Ciudadanía/Extranjería/Pasaporte) original, expedido por la Registraduría Nacional del Estado Civil de Colombia o por la autoridad competente en su país de origen; 2) cargar dos fotos del documento en la aplicación, una por cada lado; 3) proveer un documento soporte que contenga el mismo número que aparece en su cédula a través de la misma”.

Asimismo, el representante legal de la investigada en su escrito de respuesta identificado con el número 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018, manifestó frente a los usuarios, lo siguiente:

“C. consumidores personas quienes utilizan la plataforma virtual Rappi para adquirir bienes y servicios de terceros exhibidos en ella. Se aclara que para el registro y uso de la plataforma virtual Rappi, deben aceptar los términos y condiciones de la misma”.

Del mismo modo, en los “términos y condiciones de uso de plataforma ‘RAPPI’”, la investigada indicó frente al “mandatario” o “Rappitendero”, lo que a continuación se expone:

“(…) 8. MANDATARIO Persona natural que acepta realizar la gestión del encargo solicitado por el Consumidor a través de La Plataforma (…).”

Igualmente, el representante legal de la investigada en su escrito de respuesta identificado con el número 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018, frente al “mandatario” o “Rappitendero”, puso de presente lo siguiente:

“B. Rappitenderos: trabajadores independientes, que utilizan la plataforma virtual Rappi (específicamente la aplicación Rappitendero) para recibir, aceptar y gestionar encargos realizados por los consumidores por medio de la plataforma virtual Rappi. De esta manera, se entiende que en el momento en que el Rappitendero acepta la orden del consumidor, se constituye un contrato de mandato remunerado entre el consumidor (mandante) y el Rappitendero (mandatario). La remuneración consiste en el costo del servicio de domicilio y la propina, cuyo valor en su totalidad corresponde al Rappitendero, se aclara que Rappi no cobra ningún porcentaje del costo de domicilio que recibe el Rappitendero en calidad de remuneración del mandato realizado.

Para que los Rappitenderos puedan acceder a la aplicación Rappitenderos, deben haberse registrado previamente, aceptado los términos y condiciones de dicha aplicación y haber realizado una capacitación”.

De igual manera, en la declaración de parte del representante legal suplente, Diego Felipe Alonso Cruz, llevada a cabo el 9 de enero de 2020 por esta Dirección y cuyo soporte fue radicado con el número 18-256766-61, se hizo referencia a dicha figura, por lo que respecto de la misma, debe indicarse de conformidad con lo antes expuesto, que llama la atención dicho interviniente dentro del modelo de negocio implementado por la investigada, toda vez que, atendiendo a la definición de portal de contacto del artículo 53 del Estatuto del Consumidor, dicha norma es clara en establecer que dicho medio permite es la convergencia de dos sujetos, estos son, los consumidores y los expendedores y no contempla la existencia de un tercer interviniente, que como lo indicó el representante legal suplente, el *Rappitendero* era otro tipo de usuario de su plataforma *Rappi*.

No obstante y teniendo en cuenta la relevancia que representa dicha figura dentro del modelo de negocio implementado por la investigada en el mercado colombiano, este Despacho ahondará de manera posterior respecto de la misma.

Por otro lado y frente a los aliados comerciales, el representante legal de la investigada en su escrito de respuesta identificado con el número 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018 manifestó:

“a. Establecimientos de comercio/proveedores de servicios (terceros)-Aliados Comerciales de Rappi: Diversos terceros, quienes exhiben sus productos o servicios en la plataforma virtual Rappi. De esta manera, se entiende que son ellos quienes están ofreciendo sus bienes y servicios y consecuentemente quienes los comercializan. Por esta razón, es el encargo (sic) de emitir factura. Rappi únicamente envía, por correo electrónico, un recibo.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

*Para que sus bienes y servicios sean exhibidos en la plataforma, se celebra un acuerdo de cooperación entre Rappi y el Aliado Comercial, **por el uso y alquiler de la plataforma virtual Rappi cobra un porcentaje de los valores transados a través de la plataforma**”.*
(Negrilla y subrayado fuera de texto).

Así las cosas y teniendo en cuenta lo anterior, se observó que a los consumidores que desearon acceder a la página web de la investigada o que descargaron la aplicación “RAPPI” en sus dispositivos móviles, no se les indicó la existencia de los aliados comerciales de forma expresa, sino que se les señaló en los “*términos y condiciones de uso de plataforma ‘RAPPI’*”, que el valor de los bienes que adquirirían en la plataforma podrían ser incrementados por el sujeto pasivo hasta en un 10% respecto de los bienes exhibidos en las tiendas físicas de sus aliados.

No obstante y pese a que dicho interviniente no fue informado de manera expresa por la investigada en los “*términos y condiciones de uso de plataforma ‘RAPPI’*”, se pudo establecer con los elementos probatorios que reposan en el plenario, que existe dentro del modelo de negocio de ésta varios intervinientes como “*el operador*” que es el sujeto pasivo de esta actuación, “*el consumidor*”, que puede ser cualquier usuario que descargue gratis el aplicativo móvil o que ingrese a la página web con el objetivo de satisfacer una necesidad de consumo, “*el mandatario*” o también llamado “*Rappitendero*” y los “*aliados comerciales*”.

41.1.2.3. Ingresos por los servicios ofrecidos por la investigada:

41.1.2.3.1. Ingresos provenientes de la suscripción de los documentos denominados “Acuerdos de Cooperación Rappi” y “Acuerdos de Colaboración Market Place” entre la investigada y los aliados comerciales:

En concordancia con los anteriores sujetos intervinientes y para establecer si la investigada percibe o no ingresos por los servicios que se ofrecen en la plataforma, resulta importante traer a colación la figura de los “*aliados comerciales*”, que son personas naturales y/o jurídicas con los que la investigada celebra acuerdos de cooperación o de colaboración y que de acuerdo con lo que manifestó el representante legal en el escrito de respuesta identificado con el número 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018, por el uso y alquiler de la plataforma virtual *Rappi*, se les cobra un porcentaje de los valores transados a través de la misma.

Asimismo, en la declaración de parte del representante legal suplente, Diego Felipe Alonso Cruz, llevada a cabo el 9 de enero de 2020, por esta Dirección y cuyo soporte fue radicado con el número 18-256766-61, éste igualmente hizo referencia a los aliados comerciales y a los acuerdos comerciales celebrados con éstos, por lo que indicó, entre otras cosas, lo siguiente:

Pregunta Dirección: “*¿los acuerdos con los aliados comerciales son acuerdos estándar, es decir, las políticas de negociación que allí se dan, son modelos estándar en cuanto a aspectos relacionados con la publicidad, aspectos relacionados con la fijación de precios, aspectos relacionados con la garantía?*”

Respuesta: “*si, digamos que en los acuerdos comerciales se encuentran todos los aspectos referentes a las preguntas, en cuanto garantía, quien responde por la garantía, quien fija el precio, etc., todo eso está consignado en los acuerdos comerciales, entendiendo que la garantía quien realmente responde es el aliado comercial, básicamente ósea está consignado y se tiene unos acuerdos comerciales con los aliados precisamente para definir este tipo de cosas de quien responde ante quien*”. (Minuto 14:07 en adelante).

(...)

Pregunta apoderado de la investigada: “*Ha insistido usted que es el aliado comercial quien comercializa el producto, tengo una pregunta para que de pronto el despacho lo tenga claro, ¿Rappi participa de alguna manera en la cadena de producción, distribución o comercialización de esos productos de los aliados comerciales?*”

Respuesta: “*no, eso es un punto importante, nosotros no participamos en esa cadena de consumo porque nosotros no tenemos ninguna injerencia en la preparación de los productos y en segundo lugar, tampoco hacemos el reparto de los productos, porque como les decía, quien hace el reparto de los productos es otro tipo de usuario, que es el Rappitendero con el cual nosotros no tenemos ningún tipo de relación laboral al que también le prestamos un servicio de tecnología para que pueda recibir el pedido que realiza el consumidor y le pueda realizar el encargo de los productos que éste solicitó en la plataforma al aliado comercial*”. (Minuto 15:17 en adelante).

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Pregunta apoderado de la investigada: “En ese orden de ideas, ¿quién es el encargado de establecer la información de los productos que uno puede ver en la plataforma Rappi?”

Respuesta: “El aliado comercial” (Minuto 18: 05 en adelante).

Pregunta apoderado de la investigada: ¿Quién responde por la calidad de los productos que están dispuestos en la plataforma Rappi?”

Respuesta: “El aliado comercial directamente”. (Minuto 18: 18 en adelante).

En ese orden y teniendo en cuenta lo declarado así como los elementos probatorios que obran en el plenario frente a este aspecto, este Despacho procedió a analizar los denominados acuerdos de cooperación y de colaboración Market Place que fueron allegados por la investigada durante el curso del periodo probatorio mediante el radicado número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020 y evidenció de su contenido lo siguiente:

ACUERDOS DE COOPERACIÓN-RAPPI	ACUERDOS DE COLABORACIÓN MARKET PLACE
<p>Plataforma virtual Rappi. Plataforma virtual, compuesta por una aplicación para dispositivos móviles y una página web, a través de la cual se exhiben productos y servicios de terceros para que puedan ser adquiridos por los usuarios/consumidores de la referenciada plataforma. Las marcas, logotipos y nombres comerciales son propiedad exclusiva de Rappi S.A.S., por tanto, la propiedad intelectual, industrial y los derechos de autor de la mencionada plataforma están en cabeza de su legítimo propietario y bajo ningún entendido la propiedad de Rappi se entenderá cedida a ningún título al Aliado. Se aclara que Rappi no presta ningún tipo de servicio de logística, suministro o de entrega de productos a terceros.</p> <p>Usuarios/consumidores. Toda persona física que, como destinatario final, usa la plataforma virtual Rappi para solicitar la adquisición de un bien y/o la prestación de un servicio exhibido en la misma.</p> <p>Rappitenderos. Personas naturales que, en calidad de mandatarios, por su propio riesgo y cuenta, voluntariamente aceptan la gestión de las órdenes solicitadas por los usuarios/consumidores por medio de la plataforma virtual Rappi.</p>	<p>Naturaleza Jurídica. Los presentes términos y condiciones de uso de la plataforma virtual Rappi regulan la relación contractual entre Rappi y el Aliado, por medio de la cual Rappi presta al Aliado el uso de la plataforma virtual Rappi en la modalidad MarketPlace, para que el Aliado pueda exhibir y ofrecer sus productos y/o servicios con el fin de que estos sean adquiridos por los usuarios/consumidores de la plataforma virtual Rappi.</p> <p>Plataforma virtual Rappi. Plataforma virtual, compuesta por una aplicación para dispositivos móviles y una página web, a través de la cual se exhiben productos y servicios de terceros para que puedan ser adquiridos por los usuarios/consumidores de la referenciada plataforma. Las marcas, logotipos y nombres comerciales son propiedad exclusiva de Rappi S.A.S., por tanto, la propiedad intelectual, industrial y los derechos de autor de la mencionada plataforma están en cabeza de su legítimo propietario y bajo ningún entendido la propiedad de Rappi se entenderá cedida a ningún título al Aliado. Se aclara que Rappi no presta ningún tipo de servicio de logística, suministro o de entrega de productos a terceros.</p> <p>Usuarios/consumidores. Toda persona física que, como destinatario final, usa la plataforma virtual Rappi para solicitar la adquisición de un bien y/o la prestación de un servicio exhibido en la misma.</p> <p>MarketPlace. Modalidad de uso de la plataforma virtual Rappi por medio de la cual el Aliado es el encargado de tramitar y entregar las órdenes solicitadas por los usuarios/consumidores.</p> <p>Plataforma RappiAliado. Plataforma virtual por medio de la cual el Aliado: i) tramita las órdenes solicitadas por los usuarios/consumidores a través de la plataforma virtual Rappi; ii) acepta y cancela órdenes solicitadas por los usuarios/consumidores a través de la plataforma virtual Rappi; iii) modifica precios y productos de su tienda en la plataforma virtual Rappi.</p> <p>Métodos de pago offline. Se refiere a los métodos de pago en los cuales el domiciliario del Aliado le cobra directamente al usuario/consumidor al entregar la orden. Se aclara que incluye las siguientes modalidades de pago: i) efectivo; y ii) tarjeta débito por medio datáfono.</p> <p>Métodos de pago in-app. Se refiere a los métodos de pago en los que el usuario/consumidor realiza el pago de la orden por medio de la plataforma virtual Rappi. Se aclara que incluye las siguientes modalidades de</p>

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

	pago: i) pago con tarjeta de crédito; ii) <i>RappiPay</i> ; y iii) <i>RappiCréditos</i> .
<p>Contexto y objeto. Este documento es un convenio de cooperación entre <i>Rappi</i> y el Aliado, que busca incrementar ventas a través de la plataforma virtual <i>Rappi</i>. Se entiende que ambas sociedades son independientes, sin ningún nexo patrimonial y/o jurídico previo entre las mismas. Las Partes cumplirán con sus obligaciones frente a terceros (en el ámbito laboral, de seguridad social y de carácter fiscal) independientemente.</p>	<p>Contexto y objeto. Este documento es un convenio de cooperación entre <i>Rappi</i> y el Aliado, que busca incrementar ventas a través de la plataforma virtual <i>Rappi</i>. Se entiende que ambas sociedades son independientes, y sin ningún nexo patrimonial y/o jurídico anterior entre las mismas, distinto al pactado en el presente Acuerdo, de tal forma que no se podrán generar obligaciones y derechos distintos a los contenidos expresamente en el presente Acuerdo. En razón de lo anterior, las Partes cumplirán con sus obligaciones frente a terceros (en el ámbito laboral, de seguridad social y de carácter fiscal) independientemente.</p>
<p>Obligaciones de <i>Rappi</i>. Son obligaciones de <i>Rappi</i> las siguientes: (i) Diseñar, sin costo alguno, un catálogo de productos personalizado para el Aliado; (ii) Disponer de la plataforma virtual <i>Rappi</i> para que los usuarios/consumidores puedan adquirir los productos y/o servicios exhibidos y ofrecidos por el Aliado a través de la misma (Se exceptúan casos de fuerza mayor, e inconvenientes técnicos mayores de la plataforma virtual <i>Rappi</i>); (iii) Enviar un reporte mensual detallado de las ventas realizadas a través de la plataforma virtual <i>Rappi</i>, indicando número de orden, hora de la transacción y productos vendidos; (iv) Todos los pedidos de <i>Rappi</i> deben ser tramitados y/o realizados a través de cualquier plataforma de <i>Rappi</i>; (v) <i>Rappi</i> no tiene ningún tipo obligación de exclusividad con el Aliado.</p>	<p>Obligaciones de <i>Rappi</i>. Son obligaciones de <i>Rappi</i> las siguientes: (i) Diseñar sin costo alguno un catálogo de productos personalizado para el Aliado el cual se exhibirá dentro de la plataforma virtual <i>Rappi</i>; (ii) Disponer de la plataforma virtual <i>Rappi</i> para que los usuarios/consumidores puedan solicitar los productos y/o servicios exhibidos y ofrecidos por el Aliado a través de la misma, entendiéndose que éste último será el encargado de entregar la orden al usuario/consumidor en la dirección seleccionada (Se exceptúan casos de fuerza mayor, e inconvenientes técnicos mayores de la plataforma virtual <i>Rappi</i>); (iii) Enviar un reporte mensual detallado de las ventas del Aliado realizadas a través de la plataforma virtual <i>Rappi</i> en la modalidad MarketPlace, indicando número de orden, hora de la transacción y productos vendidos; (iv) Todos los pedidos de <i>Rappi</i> deben ser tramitados y/o realizados a través de cualquier plataforma de <i>Rappi</i>; (v) <i>Rappi</i> no tiene ningún tipo obligación de exclusividad con el Aliado.</p>
<p>Obligaciones del Aliado. Son obligaciones del Aliado las siguientes: (i) Entregar los logos y artes de la marca en el formato requerido; (ii) Diligenciar la información de productos en los formatos requeridos (i.e. Productos y precios); (iii) El Aliado debe notificar a <i>Rappi</i> sobre modificaciones de productos, precios, ingredientes; cambio de dirección, horarios de operación, entre otros cambios considerables y dentro de un periodo razonable; (iv) Mantener la misma calidad y precios de los productos que ofrece al público; (v) Entregar los productos a los <i>Rappitenderos</i>, en empaques adecuados y totalmente sellados, junto con los accesorios necesarios para el consumo, tales como cubiertos, servilletas, salsas y condimentos correspondientes. El <i>Rappitendero</i> no deberá pagar ningún valor, solamente deberá retirar los productos del establecimiento; (vi) El Aliado deberá tramitar todos los pedidos que se soliciten de sus establecimientos a través de cualquier plataforma virtual de <i>Rappi</i>; (vii) Autorizar el uso de la imagen de la marca por parte de <i>Rappi</i> para publicaciones físicas y digitales (ej. Instagram, flyers, etc.); (viii) Ubicar en un lugar visible el "hablador" suministrado por <i>Rappi</i> y promocionar la alianza con <i>Rappi</i> a través [de] sus redes sociales; (ix) Se aclara que <i>Rappi</i> cubrirá el treinta y cinco por ciento (35%) del valor total de las órdenes canceladas, sin incluir el valor de los productos que no requieren preparación. Dicho porcentaje se otorgará con el fin de no generar perjuicios adicionales al Aliado ni a <i>Rappi</i>, por costos incurridos en cancelaciones generadas por el usuario; (x) El Aliado no preparará las órdenes que no sean tramitadas/aceptadas dentro de los siete (7) primeros minutos de haber sido solicitadas y/o recibidas en cualquier aplicación o plataforma virtual de <i>Rappi</i>. Dichas órdenes serán eliminadas inmediatamente del sistema; (xi) En caso que el usuario/consumidor reciba un producto errado o una orden incompleta, el Aliado deberá asumir el valor de los mismos. De esta manera, el Aliado autoriza el descuento semanal de dichos valores del total de sus ventas a través de la plataforma virtual <i>Rappi</i>. El valor pagadero por parte del Aliado a <i>Rappi</i>, mencionado anteriormente, es de carácter</p>	<p>Obligaciones del Aliado. Son obligaciones del Aliado las siguientes: (i) Entregar los logos y artes de la marca en el formato requerido; (ii) Diligenciar la información de productos en los formatos requeridos (i.e. Productos y precios); (iii) Una vez desarrollado el catálogo de los productos del Aliado, este será el responsable de mantener la información de sus productos y precios actualizada en todo momento. Se aclara que el Aliado podrá apagar y prender productos de su catálogo, sin embargo, en caso que desee realizar modificaciones adicionales deberá solicitar dicho cambio por escrito a <i>Rappi</i>. <i>Rappi</i> realizará los ajustes dentro de las cuarenta y ocho (48) horas siguientes a la solicitud del Aliado; (iv) Notificar a <i>Rappi</i> sobre modificaciones de productos, precios, ingredientes, cambio de dirección, horarios de operación, entre otros cambios considerables. Dicha notificación se debe realizar con un periodo de anticipación de veinticuatro (24) horas; (v) El Aliado será el entero responsable de toda la información que exhiba en su tienda virtual al interior de la plataforma virtual <i>Rappi</i>. De esta manera, cualquier inexactitud en el precio o en los productos deberá ser asumido por el Aliado, entendiéndose que será éste quien responda directamente al usuario/consumidor; (vi) En caso de presentarse cualquier inconveniente con la orden, el Aliado será el único responsable y el encargado de corregir el inconveniente frente al usuario/consumidor. En caso que <i>Rappi</i> tenga conocimiento de cualquier inconveniente, el Aliado deberá otorgar una respuesta y corregir el inconveniente dentro de un plazo máximo de dos (2) horas; (vii) Todos los descuentos y otras promociones ofrecidas por el Aliado para su canal de domicilios propio, deberán ser ofrecidas también a los usuarios/consumidores que soliciten sus pedidos a través de la plataforma virtual <i>Rappi</i>; (viii) El Aliado reconoce y acepta que, a los usuarios/consumidores que tengan la membresía "<i>RappiPrime</i>" no se les cobrará el valor del domicilio establecido por las Partes. Se aclara que <i>Rappi</i> reembolsará al Aliado hasta tres mil quinientos pesos M/CTE (\$ 3,500) por el valor del domicilio de dichas órdenes, en la conciliación de cuentas que realizarán las Partes semanalmente; (ix) Entrenar a sus domiciliarios de</p>

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

adicional a aquel pagado por concepto de uso y alquiler de la plataforma virtual *Rappi*; (xii) En caso que el Aliado se demore cinco (5) minutos o más en entregar la orden al *Rappitendero* después de finalizado el “Cooking Time”, el Aliado deberá compensar a *Rappi* por la suma de mil quinientos noventa pesos M/CTE (\$ 1,590). De esta forma, el Aliado autoriza el descuento semanal de dichos valores del total de sus ventas generadas a través de la plataforma virtual *Rappi*. El valor pagadero por parte del Aliado a *Rappi*, mencionado anteriormente, es de carácter adicional a aquel pagado por concepto de uso y alquiler de la plataforma virtual *Rappi*; (xiii) El Aliado se obliga a dar el diez por ciento (10%) de descuento al usuario en los casos en que tome más de cuarenta (40) minutos en preparar la totalidad de la orden. El valor total de estos descuentos será descontado del valor total a ser reembolsado por parte de *Rappi* al Aliado; (xiv) Permitir el acceso y revisión por parte de *Rappi* de las tablets y de toda la información contenida en las plataformas de *Rappi* instaladas en las tablets; (xv) Abstenerse de reproducir, copiar y/o desarrollar el software de cualquier plataforma desarrollada por *Rappi*; (xvi) Inmediatamente terminado el Acuerdo por cualquier causa, el Aliado deberá eliminar todo el software que pertenezca a *Rappi* de las tablets.

tal forma que cumplan con los siguientes criterios específicos de calidad en la prestación de los servicios de domicilios: a) puntualidad en la recogida y entrega de los productos a los usuarios/consumidores; b) brindar una atención de calidad a los usuarios/consumidores; y c) cumplir con las medidas de seguridad para realizar un transporte adecuado de los pedidos solicitados por los Usuarios/consumidores; (x) El Aliado acepta que *Rappi* cobrará el valor de las compensaciones que se otorguen a los usuarios/consumidores por órdenes que tengan tickets de servicio al cliente por inconvenientes con el producto o por la no entrega del mismo. El valor de la compensación será cobrado al Aliado de conformidad con lo establecido en la cláusula denominada Remuneración del presente Acuerdo; (xi) El Aliado reconoce y acepta que el Usuario/consumidor no podrá cancelar las órdenes solicitadas a través del modelo Market Place. De esta manera, se entiende que, en caso de presentarse un inconveniente con la orden, será el Aliado el encargado de tramitar dicha cancelación. Se aclara que *Rappi* no pagará al Aliado ninguna orden cancelada; (xii) El Aliado reconoce y acepta que *Rappi* establecerá un tiempo máximo de entrega del pedido de conformidad con la siguiente fórmula: a partir del momento en que el Aliado marca la orden con el estado “en camino” + treinta (30) minutos. Transcurrido este tiempo, *Rappi* cerrará automáticamente la orden. En caso que el Aliado no pueda entregar una orden, deberá notificar a *Rappi*, entendiéndose que el valor de la misma no será reembolsada al Aliado, de conformidad con la cláusula denominada Remuneración del presente Acuerdo; (xiii) El Aliado se obliga a dar el diez por ciento (10%) de descuento al usuario/consumidor en los casos en que tome más de cuarenta (40) minutos en preparar la totalidad de la orden. El valor total de estos descuentos será descontado del valor total a ser reembolsado por parte de *Rappi* al Aliado; (xiv) Mantener la misma calidad y precios de los productos que ofrece al público; (xv) Entregar los productos a sus domiciliarios, en empaques adecuados y totalmente sellados, junto con los accesorios necesarios para el consumo, tales como cubiertos, servilletas, salsas y condimentos correspondientes; (xvi) El Aliado deberá tramitar todos los pedidos que se soliciten de sus establecimientos a través de cualquier plataforma virtual de *Rappi*; (xvii) Autorizar el uso de la imagen de la marca por parte de *Rappi* para publicaciones físicas y digitales (ej. Instagram, flyers, etc.); (xviii) Ubicar en un lugar visible el “hablador” suministrado por *Rappi* y promocionar la alianza con *Rappi* a través [de] sus redes sociales; (xix) El Aliado no preparará las órdenes que no sean tramitadas/aceptadas dentro de los siete (7) primeros minutos de haber sido solicitadas y/o recibidas en cualquier aplicación o plataforma virtual de *Rappi*. Dichas órdenes serán eliminadas inmediatamente del sistema. Se aclara que las órdenes que no sean tomadas por el Aliado dentro de los siete (7) minutos, serán incluidas como pedidos tomados y sumarán al valor final del alquiler de la plataforma virtual *Rappi* en la relación de ventas; (xx) Permitir el acceso y revisión por parte de *Rappi* de toda la información contenida en las plataformas de *Rappi* instaladas en los dispositivos móviles del Aliado; (xxi) Abstenerse de reproducir, copiar y/o desarrollar el software de cualquier plataforma desarrollada por *Rappi*; (xxii) Inmediatamente terminado el Acuerdo por cualquier causa, el Aliado deberá eliminar de sus dispositivos móviles todo el software que pertenezca a *Rappi*; (xxiii) Suscribir, de manera simultánea a la suscripción del presente Acuerdo, el contrato de prestación de servicios de la plataforma *RappiPay*, que se anexa al presente Acuerdo como Anexo 1¹⁵.

Uso y alquiler de la plataforma *Rappi*. El Aliado pagará a *Rappi* por concepto de uso y alquiler de la plataforma virtual *Rappi* en la modalidad Marketplace el diez por

¹⁵ Dicho documento no se encuentra dentro del plenario.

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

	<p>ciento (10 %) + IVA del total transado por el Aliado en la plataforma virtual Rappi. Se aclara que dicho porcentaje será descontado por Rappi tanto para las órdenes pagadas por los consumidores con Métodos de pago in-app como para aquellas pagadas por los consumidores con Métodos de pago offline¹⁶.</p>
<p>Remuneración. Rappi reembolsará al Aliado el valor de todas las órdenes solicitadas de lunes a domingo por los usuarios/consumidores y tramitadas a través de cualquier plataforma virtual de Rappi, el miércoles de la semana siguiente menos el valor cobrado por Rappi por concepto del alquiler y uso de la plataforma. Dicho valor equivale a veinticinco por ciento (25%)/ veinte por ciento (20%)/ veintisiete por ciento (27%)/ diecisiete por ciento (17%)/ quince (15%)+ IVA del total transado en la plataforma virtual Rappi. Las órdenes que no sean tomadas por el Aliado dentro de los siete (7) minutos siguientes, después de haber sido solicitadas y tramitadas a través de cualquier plataforma virtual de Rappi, serán incluidas como pedidos tomados y sumarán al valor final del alquiler de la plataforma en la relación de ventas. Rappi pagará al Aliado el valor determinado en la cuenta bancaria relacionada a continuación (...)¹⁷.</p>	<p>Forma de pago. Rappi reembolsará al Aliado el valor de todas las órdenes solicitadas de lunes a domingo por los usuarios/consumidores y tramitadas a través de cualquier plataforma virtual de Rappi en la modalidad MarketPlace, incluyendo costo de envío y propina, que hayan sido pagadas por los usuarios/consumidores con Métodos de pago inapp, el miércoles de la semana siguiente. De igual forma, Rappi pagará al Aliado hasta tres mil quinientos pesos M/CTE (\$ 3,500) del valor del domicilio de los usuarios/consumidores de la membresía denominada "Rappiprime". <u>Al valor total a reembolsar al Aliado se le restará:</u></p> <p>i) El valor cobrado por Rappi por concepto del alquiler y uso de la plataforma virtual Rappi, de conformidad con lo estipulado en la sección denominada valor cobrado por "uso y alquiler de la plataforma virtual Rappi" de los presentes términos y condiciones;</p> <p>ii) El valor total de las compensaciones otorgadas a los usuarios/consumidores en aquellas órdenes donde el Aliado haya entregado: 1) un producto equivocado; 2) una orden incompleta; 3) un producto en mal estado;</p> <p>iii) el valor total de las compensaciones otorgadas a los usuarios/consumidores por órdenes reportadas como no entregadas por el usuario/consumidor y cuya entrega no pueda ser comprobada por el Aliado.</p> <p>Rappi pagará al Aliado el valor determinado en la cuenta bancaria correspondiente al certificado bancario presentado por éste en el momento de registrarse para poder hacer uso de la plataforma virtual Rappi en los términos establecidos en el presente documento.</p> <p>Rappi pagará al Aliado el valor determinado en la cuenta bancaria relacionada a continuación (...)</p> <p>Si en el escenario descrito anteriormente, los valores a restar son superiores al valor de las órdenes tramitadas con Métodos de pago in-app, incluyendo costo de envío y propina, el Aliado deberá pagar a Rappi la diferencia entre ambos valores mediante consignación bancaria a la cuenta relacionada a continuación</p>
	<p>Servicio al Cliente. El encargado de prestar servicio al cliente al usuario/consumidor en relación con cualquier cuestión relacionada con las órdenes, diferente al pago relacionado con algún Método de pago in-app, es el Aliado. De esta manera, en caso de que el usuario/consumidor requiera asistencia con su orden, éste deberá comunicarse directamente con la línea telefónica de atención al cliente del Aliado.</p> <p>En caso de presentarse cualquier reclamación, queja o pregunta en relación con algún Método de pago in-app, el usuario/consumidor podrá interponerla y recibir asistencia del servicio al cliente de Rappi.</p> <p>Parágrafo primero. El Aliado declara y acepta que no podrá comunicar en su tienda virtual ni en cualquier otro medio, los canales de servicio al cliente de Rappi, salvo que medie autorización previa y expresa de Rappi.</p>

¹⁶ Tomado del acuerdo de colaboración suscrito entre la investigada y los señores Yonel Campos Arévalo, Ana Isabel Restrepo Olano, Luz Nora Molina Castañeda, Oscar Javier Camargo Martínez, Racuan S.A.S. y Sonia Milena Ramírez Maecha, Gleindy Jazmín Herrera Escalante, que se encuentran dentro del radicado número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020.

¹⁷ Tomado de los acuerdos de cooperación suscritos entre la investigada y los señores Yaneth Adriana Zea Aranda, Beatriz Cavelier Franco, Inversiones valle López S.A.S., Yulenis Patricia Machado Pérez, Javier Enrique Saavedra, Aura Liliana Barrios Sáenz, Rubiel Pinzón Callejas, Gustavo Bonilla González, AM3 Inversiones S.A.S., Fabiola Anoland Lara Maldonado, Nohelia Cardona Ramírez, Nathalia Catherine Moreno Rivera, Fernández Martínez Yesica Andrea, que se encuentran dentro del radicado número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020.

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

	<p>Parágrafo segundo. El Aliado se obliga a tener disponible un número de teléfono válido en su tienda al interior de la plataforma virtual <i>Rappi</i> para atender cualquier reclamación de los usuarios/consumidores.</p> <p>Integración POS. En aquellos casos en que sea posible, <i>Rappi</i> y el Aliado se comprometen a realizar la integración del POS. Cuando esto ocurra, <i>Rappi</i> transmitirá al Aliado los siguientes datos para que el Aliado pueda realizar la entrega del producto y cobrar aquellos pedidos que sean solicitados con método de pago offline: Nombre, dirección de entrega, teléfono y método de pago seleccionado. Se aclara que para acceder a esta información el Aliado debe mantener activa la plataforma <i>Rappi</i>Aliado, pues sólo a través de esta podrá realizar modificaciones a los productos y/o cancelar la orden.</p>
<p>Vigencia y terminación. El presente Acuerdo tendrá una vigencia de doce (12) meses, contados a partir de la fecha de firma y se prorrogará automáticamente por períodos similares al finalizar cada periodo. En caso de que alguna de las Partes, no desee prorrogar el Acuerdo deberá notificarlo a la otra con un periodo no inferior a treinta (30) días calendario a la fecha de terminación.</p> <p>Parágrafo primero. En caso de que el Aliado desee terminar unilateralmente este Acuerdo de manera anticipada, deberá notificarle a <i>Rappi</i>, con un periodo no inferior a ciento ochenta (180) días calendario a la fecha de terminación deseada. De igual manera, se obligará al Aliado a pagarle a <i>Rappi</i> el diez por ciento (10%) del valor total de las ventas realizadas a través de la plataforma virtual <i>Rappi</i> hasta el momento en que se configure la terminación. Dicho pago deberá realizarse dentro de los treinta (30) días siguientes al incumplimiento, mediante consignación bancaria a la cuenta bancaria que <i>Rappi</i> le señale al Aliado para ese fin.</p>	<p>Vigencia y terminación. El presente Acuerdo tendrá una vigencia de _____ (_____) meses contados a partir de la fecha de firma, y se prorrogará automáticamente por períodos similares al finalizar cada periodo. En caso de que alguna de las Partes, no desee prorrogar el Acuerdo deberá notificarlo a la otra con un periodo no inferior a treinta (30) días calendario a la fecha de terminación.</p> <p>Parágrafo primero. En caso de que el Aliado desee terminar unilateralmente este Acuerdo de manera anticipada, deberá notificarle a <i>Rappi</i>, con un periodo no inferior a ciento ochenta (180) días calendario a la fecha de terminación deseada. De igual manera, se obligará al Aliado a pagarle a <i>Rappi</i> el diez por ciento (10%) del valor total de las ventas realizadas a través de la plataforma hasta el momento en que se configure la terminación. Dicho pago deberá ser realizado dentro de los treinta (30) días siguientes a la fecha de terminación deseada, mediante consignación bancaria a la cuenta bancaria que <i>Rappi</i> le señale al Aliado para ese fin.</p>

Tabla N° 1 (Radicado N° 18-256766-59 del 9 de enero de 2020- Documentos aportados por la investigada denominados "Acuerdos de Cooperación Rappi" y "acuerdos de colaboración Market Place")

De lo anterior, se tiene entonces de acuerdo con los argumentos esgrimidos por la investigada y los elementos probatorios que reposan en el plenario, que efectivamente existen varios intervinientes en la relación de consumo, entre ellos, los aliados comerciales, con los cuales ésta celebra unos acuerdos comerciales.

Ahora, frente a lo anterior, se aclara que se pudo establecer que el sujeto pasivo cuenta con dos tipos de acuerdos para regular sus relaciones comerciales con los aliados comerciales: los de colaboración y los de cooperación.

Frente a dichos acuerdos, se observa de manera general que ambas partes contraen obligaciones relacionadas con la gestión de un negocio jurídico (compraventa de bienes en un entorno virtual) a cambio de algún tipo de contraprestación económica, sin que conformen una persona jurídica diferente, es decir, que cada una mantiene su independencia y autonomía.

41.1.2.3.1.1. Frente a los ingresos provenientes de la suscripción de los "Acuerdos de Cooperación Rappi":

Así y en lo que corresponde a los acuerdos de cooperación, resulta importante destacar del contenido antes relacionado y transcrito de dichos documentos, que la investigada en los mismos hace alusión a la figura de los consumidores y mandatarios o *Rappitenderos* y que a través de su plataforma virtual exhibirá "*productos y servicios de terceros*" para que puedan ser adquiridos por los usuarios. De igual manera y como objeto del contrato, se indica que lo que se busca es incrementar ventas a través de la plataforma *RAPPI*.

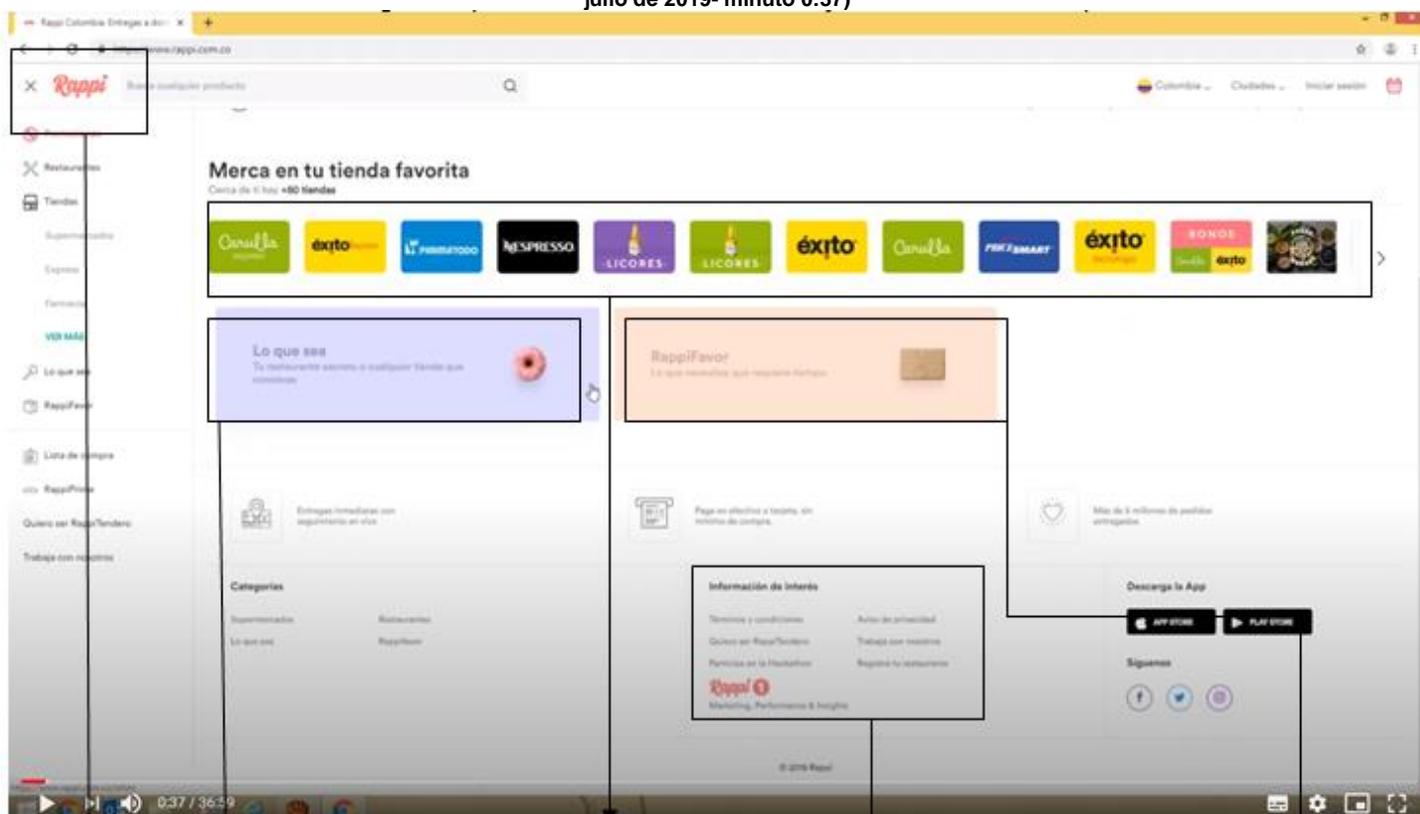
En ese sentido, la investigada señala dentro del contenido de los acuerdos de cooperación sus obligaciones, en las que indica entre otras cosas, que pone a disposición dicha plataforma para que los usuarios puedan adquirir los productos y/o servicios que son exhibidos y ofrecidos por el aliado y le envía a éste un reporte mensual de las ventas que se hubieran realizado a través de *RAPPI*. A su turno, el aliado en este tipo de contrato, tiene como obligaciones, entre otras, diligenciar la información de productos en los formatos requeridos, notificar a *Rappi* sobre modificaciones de productos, precios, ingredientes; cambio de dirección, horarios de operación, entre otros cambios considerables y dentro

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

de un periodo razonable, así como el mantener la misma calidad y precios de los productos que ofrece al público, circunstancia que se encuentra en consonancia con lo que manifestó el representante legal en la declaración de parte radicada con el número 18-256766-61 del 9 de enero de 2020.

No obstante, debe ponerse de presente que, al analizar en su integridad las visitas de inspección administrativas realizadas en la etapa de averiguación preliminar y que fueron radicadas mediante los consecutivos números 18-256766-3 del 17 de julio de 2019 y 18-256766-4 del 26 de julio de 2019, así como el escrito de respuesta allegado por la investigada mediante el radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, se observó que si bien se indicó el nombre de diversos establecimientos de comercio y de los productos con su precio, lo correspondiente a mantener la información de los productos y precios actualizada por parte de los aliados comerciales, no es una situación que sea perceptible y visible para los consumidores, ya que el manejo de la plataforma se encuentra unificado y está a cargo de *Rappi*, por lo que los usuarios así escojan un establecimiento específico para adquirir un bien y/o servicio, se acogen al precio que se anuncia en la plataforma y la información que se le proporciona a través de la misma, así:

Imagen N° 3 (Visita de inspección administrativa desarrollada por esta Dirección y cuya acta obra en el radicado N° 18-256766-4 del 26 de julio de 2019- minuto 0:37)



“Rappi”

diversas tiendas y secciones para adquisición de bienes

“Lo que sea” o RappiAntojo

“información de interés
 Términos y condiciones Aviso de privacidad
 Quiero ser Rappitendero Trabaja con nosotros
 participa en la Hackathon Registra tu restaurante
 Rappi marketing, performance & insights”

“rappifavor”

Imagen N° 4 (Escrito de respuesta allegado por la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)

Imagen N° 5 (Escrito de respuesta allegado por la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"



Imagen N° 6 (Escrito de respuesta allegado por la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)

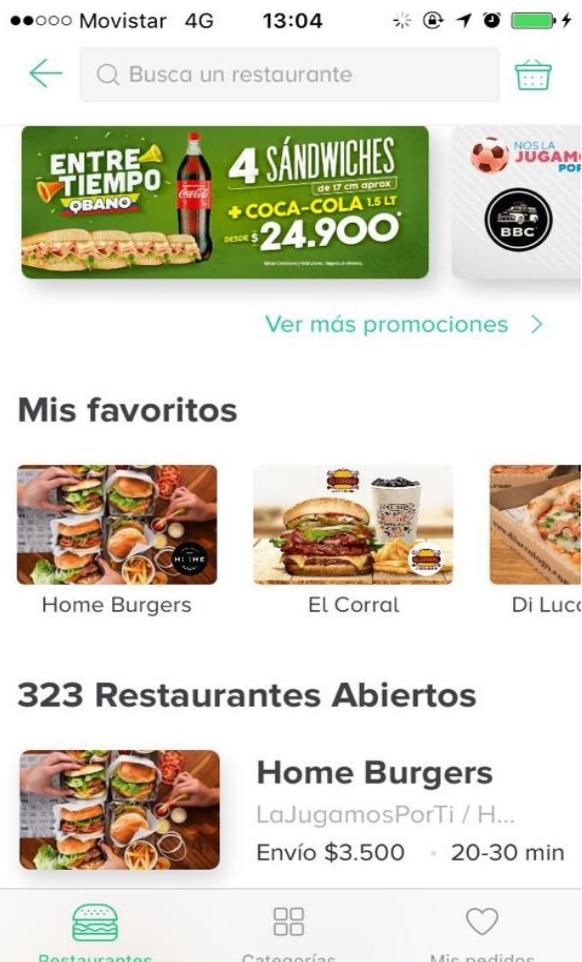
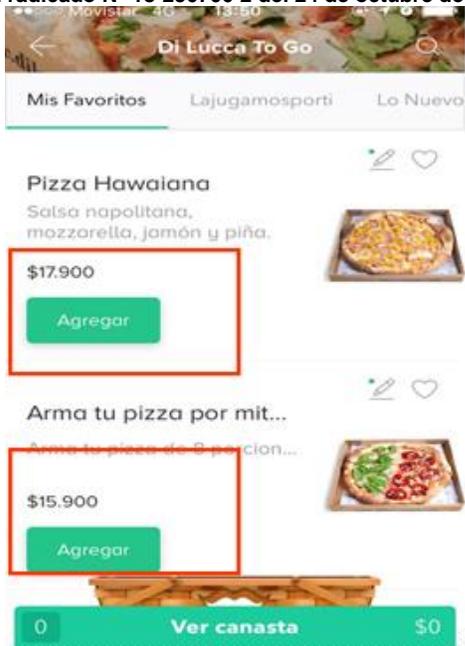
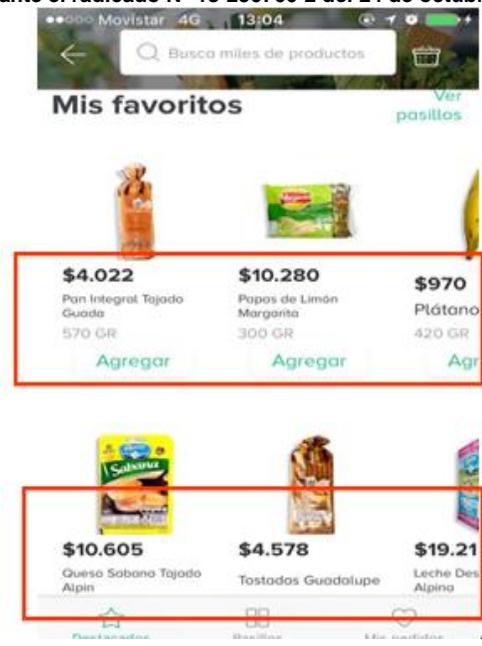


Imagen N° 7 (Escrito de respuesta allegado por la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)



Aunado a lo anterior y si bien en dicho acuerdo de cooperación se incluyó la cláusula correspondiente a que los aliados tenían el deber de mantener los precios de los productos ofrecidos al público, no puede perderse de vista que en el documento de "términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPÍ", la investigada estableció de manera expresa en la cláusula "g)" denominada "valor" que ella directamente podría incrementar el valor de los productos exhibidos hasta en un 10% y que los consumidores tendrían que aceptar dicha circunstancia.

En ese sentido, se observa que si bien tanto en la declaración de parte como en el acuerdo de cooperación que aquí se analizan, se indica que el tema de información y precios corresponde a una obligación propia de los aliados comerciales, este Despacho no puede desconocer la cláusula anterior contenida en el documento "términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPÍ", que es puesto en conocimiento de los consumidores.

Asimismo y observados los estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2018, que se encuentran radicados con el número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se observó frente a este tema que la investigada efectivamente tiene una injerencia sobre los precios de los productos y que obtiene una ganancia por ello, toda vez que se indicó lo siguiente:

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

“Reconocimiento de ingresos de Actividades Ordinarias

(...)

Mark Up: *Corresponde a un sobrecosto cobrado sobre el precio de los productos ofrecidos a través de APP Rappi. Este sobrecosto es concertado con el aliado y mencionado al usuario al momento en que este hace la compra”. (Negrilla fuera de texto).*

En ese orden y si bien en el acuerdo de cooperación, se establece que es el aliado comercial el encargado de la información y de mantener los precios de los productos ofrecidos al público, no puede desconocerse tanto la cláusula contenida en el documento *“términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPi”*, en la que el sujeto pasivo contempló la posibilidad de incrementar el valor de los productos exhibidos hasta en un 10%, como la información antes expuesta que se encuentra en los estados financieros de la investigada y que dan cuenta que ésta efectivamente puede incrementar en dicho porcentaje los precios y que tiene una injerencia directa sobre los valores que se informan en la plataforma.

Así las cosas, se advierte que aunque existe una estipulación contractual dirigida a establecer una obligación a cargo de los aliados comerciales respecto de la información y de los precios de los productos exhibidos en la plataforma de la investigada, no puede desconocerse que ésta tiene el manejo directo de la plataforma y además puede incrementar de forma directa el valor de los bienes que se encuentran bien en la página web o a través del aplicativo móvil, por lo que en este caso, se está frente a una ganancia que incrementa el patrimonio de la investigada y no el de sus aliados comerciales.

Por otro lado y en atención al análisis efectuado del acuerdo de cooperación, se advierte igualmente dentro de las obligaciones del aliado, que éste no le debe cobrar ningún valor al *Rappitendero* por los pedidos que solicitan los consumidores, ya que éste sólo debe retirar los productos, así como debe tramitar los pedidos que los usuarios soliciten.

Igualmente, el documento en mención, establece como obligación del aliado comercial, el autorizar el uso de la marca de *Rappi* en su publicidad física y digital y que sea visible la alianza existente entre ambos, por lo tanto se advierte una injerencia de la investigada en las formas y contenidos de comunicación de sus aliados que tienen como finalidad influir en las decisiones de consumo, circunstancia sobre la que se ahondará de manera posterior.

De la misma manera, en dicho acuerdo de cooperación se indica dentro de las obligaciones de los aliados, una estipulación contractual según la cual *Rappi* *“cubrirá el treinta y cinco por ciento (35%) del valor total de las órdenes canceladas, sin incluir el valor de los productos que no requieren preparación. Dicho porcentaje se otorgará con el fin de no generar perjuicios adicionales al Aliado ni a Rappi, por costos incurridos en cancelaciones generadas por el usuario”*. Al respecto, nótese como de las obligaciones y potestades que adquiere la investigada con ocasión del contrato implementado por aquella, se tiene que la misma tiene una injerencia pecuniaria en el negocio que se lleva a cabo a través de su plataforma, toda vez que, indica que cubrirá un porcentaje del valor total de las órdenes que se hayan cancelado por los usuarios, con el fin de que las partes no se vean afectadas en su operación.

Asimismo, se destaca que en caso de que los consumidores reciban un producto errado o incompleto, el aliado debe asumir el valor de los mismos y que éste autoriza a la investigada a que se le descuente semanalmente dicho valor del total de las ventas ejecutadas a través de la plataforma y que el mismo, es adicional al precio que paga por el uso y alquiler de la plataforma virtual.

Adicionalmente, dicho acuerdo de cooperación contempla mediante una estipulación contractual entre la investigada y los aliados comerciales que en caso de que éste último se demore *“cinco (5) minutos o más en entregar la orden al Rappitendero después de finalizado el ‘Cooking Time’, el Aliado deberá compensar a Rappi por la suma de mil quinientos noventa pesos M/CTE (\$ 1,590). De esta forma, el Aliado autoriza el descuento semanal de dichos valores del total de sus ventas generadas a través de la plataforma virtual Rappi. El valor pagadero por parte del Aliado a Rappi, mencionado anteriormente, es de carácter adicional a aquel pagado por concepto de uso y alquiler de la plataforma virtual Rappi”*.

De la anterior obligación, se puede establecer que en caso de una demora de cinco (5) minutos o más para entregarle la orden al *Rappitendero*, el aliado comercial debe pagarle a la investigada \$1590 y además dicho valor se descontará de las ventas que éste haya generado a través de la plataforma del sujeto pasivo y se reputará además como un valor adicional al que paga por el uso y alquiler de la plataforma, situación que indica que, la investigada tiene una injerencia directa en los negocios

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

jurídicos que celebran los usuarios bien a través de su página web o de su aplicativo móvil, toda vez que ésta frente a un retraso de cinco (5) minutos luego de finalizada la orden, puede hacerle descuentos a los aliados comerciales provenientes de las ventas que éstos hayan realizado y, adicionalmente, dicho valor es diferente al que éstos le pagan a *Rappi* por usar su plataforma.

Del mismo modo y en los casos en que el aliado se demore más de cuarenta (40) minutos para preparar la orden, éste deberá hacerle un descuento a los usuarios del diez por ciento (10%) y ese porcentaje a su vez, la investigada se lo descontará de los valores que debe reembolsarle al aliado.

Frente a lo anterior, al revisar la declaración de parte llevada a cabo el 9 de enero de 2020 y cuyo soporte se encuentra radicado en el plenario mediante el consecutivo número 18-256766-61, el representante legal suplente de la investigada indicó lo siguiente:

Pregunta apoderado de la investigada: “Un último punto que es igualmente importante para el Despacho, quiero que usted nos explique ¿quién responde por la calidad de los productos que adquiere un consumidor?”

Respuesta: “Directamente el aliado comercial, Rappi no comercializa el producto, entonces nosotros no podemos por la calidad de un producto sobre el cual no tenemos ninguna injerencia o digamos influencia, ¿sí? digamos los zapatos salen defectuosos, quien debe responder directamente es Adidas o la empresa Bosi o cualquiera de los aliados que tenemos, por otro lado en el mismo sentido, en cuanto al tema de la comida, Rappi al no tener ningún tipo de injerencia ni ningún tipo de influencia en la preparación de los productos, pues nosotros no respondemos por la calidad de los productos, porque quien debe responder por eso es el aliado comercial, entonces digamos pues nosotros nos involucramos de alguna u otra manera para ayudarlo y facilitarle al consumidor a que tenga soluciones más rápidas y nosotros después por decirlo de alguna manera arreglamos con el aliado comercial, es un tema de compensación porque sería muy engorroso y es muy engorroso y digamos pues la gran ventaja que tiene estas plataformas es ofrecerle una variedad de soluciones adicionales al consumidor para que el consumidor tenga una protección adicional y digamos si la hamburguesa llegó defectuosa, tener que reclamar ante el restaurante porque el restaurante se va a demorar mucho más tiempo, entonces pues si digamos si quiere una devolución en el pedido, en los productos, Rappi se la va a solucionar, no se lo va a solucionar, le va a ayudar a que se le solucione de una manera más rápida, Rappi después compensa con el aliado, pero digamos que nosotros no respondemos directamente de los productos, pero en pro de la protección del consumidor buscamos dar unas soluciones adicionales para que pues digamos tenga, como nosotros los llamamos dentro de Rappi, una experiencia de usuario mucho mejor de la que tendría o bien en otras plataformas o bien haciendo directamente un reclamo ante el aliado comercial”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 23:38 en adelante).

Pregunta apoderado de la investigada: “Eso último que usted acaba de decir me parece muy importante, nos dijo que quien responde por la calidad del producto es el aliado comercial pero que Rappi ayuda al consumidor para solucionar las inconformidades, usted nos puede explicar un poco más en detalle cómo gestiona Rappi una petición, una queja o un reclamo de un consumidor frente a un aliado comercial?”

Respuesta: “Eso es un tema importante que creo que ha sido que la sic nos ha solicitado cierto tipo de aclaraciones, Rappi tiene un departamento de servicio al cliente, precisamente como les decía para que el usuario tenga una mejor experiencia de usuario y para facilitarle las cosas y darle una solución mucho más pronta que le daría el aliado comercial directamente, por temas de que el reclamo ante los aliados comerciales por experiencia de cómo se manejaba antes en estas plataformas era muy malo, entonces digamos que nosotros tenemos un departamento de servicio al cliente en el cual se recibe la petición, queja o reclamo, se le da un trámite, el consumidor dentro de esa aplicación puede ver cómo esta esa solución ese trámite y puede solicitar la devolución del dinero, que se le cambie el producto que se le vuelva a enviar, y como les decía, posteriormente nosotros y con el equipo de servicio al cliente, se revisa eso, se le pasa al aliado comercial y nosotros nos entendemos con el aliado comercial, pero no metemos al consumidor en ese proceso para que no tenga digamos que estar permanentemente involucrado, sino que Rappi se encarga de darle una solución al consumidor y nosotros arreglamos con el aliado para que la cadena sea mucho más limpia y tenga como lo decía, tenga una experiencia de usuario mucho más sencilla, ehmm ¿queda claro o quiere que precise algo más?, digamos lo que hay que entender es que todo esto es en pro del consumidor, no es como buscando que el aliado se libere de algún tipo de responsabilidad, es buscando también ayudarlo al aliado a que solucione, es una solución de ambos lados, ayudarlo al aliado a que no tenga tanta fricción con el cliente y también ayudarlo al consumidor a que no tenga la fricción que es muy lenta con el aliado por la calidad del producto.”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Les pongo un ejemplo muy sencillo, el aliado recibe como les decía ahorita el pedido que ordenó el usuario, digamos yo Diego Alonso solicité una hamburguesa callejera, con papas fritas malteada de vainilla y coca cola Zero, y el corral por cosas de la vida, me mandó fue una manzana postobón en vez de la coca cola Zero y una malteada de fresa, en vez de la malteada de chocolate, ahí claramente Rappi no tiene responsabilidad porque yo no estoy involucrado en la preparación de los productos ni soy yo quien empaca los productos en la bolsa, por ejemplo y eso sale sellado directamente al consumidor porque el Rappitendero no tiene por qué manipular eso, entonces cuando llega el producto y el usuario la recibe dice uy!, me llegó la hamburguesa...me llegó la manzana postobón y yo pedí fue coca cola y me llegó la malteada me voy a quejar, entonces obviamente la gente dice me voy a quejar ante Rappi, porque piensan que Rappi fue el de la embarrada y no pues el error fue realmente del aliado, entonces uno se mete a la plataforma, va al centro de ayuda, que es donde uno puede digamos poner la queja, eso se lo hemos compartido a la superintendencia, como es el proceso, videos, imágenes, solicito y pongo, me llegó mal el producto coca cola y me llegó mal el producto malteada, entonces Rappi inmediatamente le plantea unas opciones al consumidor para solucionarle rápidamente, quiero que me envíen el producto correcto, quiero mi devolución del dinero y con base en eso, el usuario después puede decir cómo quiere recibir el dinero si lo quiere digamos que se le devuelva su tarjeta de crédito, su dinero en efectivo, ahí hay varias opciones que tienen el usuario, pero es para facilitarle la vida inmediatamente y que el usuario no tenga que estar envuelto en eso si después el producto llega mal como efectivamente paso en este caso, Rappi va ante el corral y les dice, señores corral, en todos los productos que ustedes hicieron en este mes se evidenció precisamente por una PQR que envió a través del centro de ayuda el usuario consumidor, todo esto llegó mal nosotros necesitamos una compensación, porque pues esto es un error de ustedes y no nuestro y con el aliado comercial nos entendemos y el aliado comercial responde por esto y nosotros así compensamos porque nosotros ya le solucionamos al consumidor, pero es precisamente para que sea mucho más dinámico, eficiente y rápido que nosotros con un departamento de servicio al cliente ayudemos tanto al aliado comercial a resolver ese tipo de conflictos que se generan y darle una solución más pronta al consumidor, básicamente sería eso. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 25:40 en adelante).

(...)

Pregunta apoderado de la investigada: “Y por hacerle claro al Despacho el asunto, pongamos el ejemplo de que efectivamente hay una devolución de un producto, una inconformidad de un consumidor y que Rappi ayuda a solucionar y el consumidor por ejemplo, quiere la devolución del dinero de un aguacate que llegó podrido y entonces no quiere que le cambien el producto sino que le devuelven el dinero, quien sufre por decirlo, en términos bastante coloquiales, ¿quién sufre la pérdida económica por la devolución del dinero?, ¿lo sufre Rappi?, ¿lo sufre el Rappitendero?, ¿lo sufre el aliado comercial?, ¿quién asume digamos finalmente patrimonialmente esa, entre comillas pérdida?”.

Respuesta: “El aliado comercial, por todo el proceso que acabo de explicar cómo se da la relación, si el aguacate llega podrido, pues es claramente porque lo vendió podrido el éxito, surtimax, superinter dependiendo de la ciudad, el responsable sería claramente el aliado comercial, Rappi no tiene ninguna pérdida patrimonial en ese caso”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 31: 52 en adelante).

De lo anterior, se observa que si bien la investigada alude a compensaciones monetarias frente a problemas que se presentan entre los consumidores y los aliados que, son por ejemplo, las que se relacionan dentro de las obligaciones de éste, se advierte de las estipulaciones contenidas, que las transacciones de consumo que se desarrollan, así sea de manera incompleta, porque por ejemplo, como lo mencionó el representante legal suplente en su declaración de parte, no llegan los productos que fueron solicitados, tienen una consecuencia para el aliado, esto es, que se le descuenten de las ganancias totales percibidas por la venta, unos rubros y que esos serán adicionales a lo que ésta le debe pagar a la investigada por el concepto de uso y alquiler de la plataforma.

En ese sentido y como lo manifestó la investigada a través de la declaración de parte, ésta entra en un contacto directo con el usuario y le brinda a éstos diversas opciones, pudiendo entre otros, devolverle el dinero, situación que para ésta en sí, no le implica una disminución en su patrimonio como bien lo manifestó, toda vez que, dicho monto luego lo tomará de las ganancias que hubiere obtenido semanalmente ese aliado y además se le advierte a éste, que dicho descuento será adicional del que se cobre por el uso y alquiler de la plataforma.

En ese orden, se puede observar, por una parte, que aunque la investigada sustenta tanto en su declaración de parte como en su escrito de alegatos, que su conducta se da para ofrecerle una mejor

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

experiencia de usuario al consumidor y no generarle problemas al aliado, ésta tiene una intervención en la comercialización de los productos y/o servicios que se hacen a través de su plataforma, ya que aun cuando no prepara ni empaca los mismos, cada situación que implique un inconveniente en la ejecución y entrega de los bienes y/o servicios solicitados en su plataforma, ésta hará parte de la relación de consumo, porque como bien lo indicé, entra en contacto directo con los usuarios y les plantea diferentes opciones, entre ellas la devolución del dinero, así luego ésta acuda ante el aliado comercial, para hacerle los descuentos correspondientes.

Y, por otro lado, se advierte que tiene una injerencia en las ganancias del aliado, que no se limitan al uso y alquiler de la plataforma, sino que éste puede descontarle del valor que le debe reembolsar semanalmente por las ventas realizadas a través de la plataforma, cuando los productos sean errados o incompletos, se demore en entregar la orden al *Rappitendero* o que le haga un descuento a los consumidores del diez por ciento (10%) del valor de la orden por demorarse en preparar el pedido.

Así las cosas, la investigada con dichas conductas contempladas en las estipulaciones contractuales del acuerdo de cooperación objeto de estudio, escapa del ámbito del portal de contacto, que como bien se indicó de manera precedente, tiene como característica simplemente el conectar a unas partes para la comercialización de unos bienes y cuya obligación se limita a informar todos aquellos datos que sean relevantes para el consumidor, frente a una eventual queja o reclamo, sino que por el contrario, tiene injerencia en la comercialización de esos bienes y/o servicios, tiene contacto con los consumidores y adicionalmente, tiene intervención respecto de las ganancias del aliado que no solo se limitan a cobrar el uso y alquiler de la plataforma.

Ahora bien, resulta importante mencionar que en el acuerdo de cooperación que se suscribe entre la investigada y los aliados comerciales, se contempla una disposición referida como “*remuneración*”, que establece el tiempo y la forma en que la investigada le reembolsará el valor de las órdenes solicitadas por los consumidores a sus aliados, dejando claro que se le entregarán dichos rubros semanales descontándoles a éstos, el valor que cobra por concepto de alquiler y uso de la plataforma.

En ese sentido, dicho valor cobrado semanalmente es variable de acuerdo con los documentos allegados, por lo que, puede oscilar entre el quince por ciento (15%) y el veintisiete por ciento (27%) más el IVA del total transado en la plataforma virtual.

Del mismo modo, en dicha cláusula se le indica al aliado que si no tomó la orden dentro de los siete (7) minutos siguientes a haber sido solicitada y tramitada a través de su plataforma, la misma se incluiría como un pedido tomado y se sumará al valor final del uso y alquiler de la plataforma.

Al respecto y en lo que tiene que ver con el rubro concerniente al uso y alquiler de la plataforma, el representante legal suplente de la investigada al llevar a cabo la declaración de parte y cuyo soporte se encuentra radicado en el plenario mediante el consecutivo número 18-256766-61 del 9 de enero de 2020, indicó lo siguiente:

Pregunta Dirección: “¿Cuántas modalidades o tipos de acuerdos de cooperación celebra la empresa Rappi con sus aliados comerciales y en qué consisten estos acuerdos de cooperación?”

Respuesta: “los acuerdos de cooperación que celebra Rappi son para prestarles un servicio de uso y alquiler de la plataforma de los aliados comerciales para que estos puedan publicitar sus productos a fin de que le sirvan de referencia a los consumidores, para que ellos puedan solicitar en la plataforma y quien comercializa los productos es el aliado comercial, hay distintos tipos de aliados comerciales y se celebra por otro lado, un acuerdo con el Rappitendero quien realiza un encargo de recoger los productos donde el aliado comercial y llevárselos a la dirección de entrega, básicamente es eso.

Rappi sencillamente le cobra al aliado comercial por el uso y alquiler que le presta en la plataforma por ese servicio de tecnología, básicamente es eso”. (Subrayado fuera de texto).
(Minuto 5:25 en adelante)

(...)

Pregunta apoderado de la investigada: “Ya solo por aclarar un último punto muy pequeño, en una de las primeras respuestas a las preguntas que hizo el despacho, nos hablaba de un cobro por el uso de la aplicación, yo quiero entender, ¿Rappi gana comisiones por las ventas de los productos que hacen los aliados comerciales, es

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

decir, el éxito económico de la aplicación depende de que se materialice una venta o no depende de eso, usted nos explicará cómo función?”

Respuesta: “Lo primero que hay que aclarar es que nosotros no lo denominamos comisión, nosotros lo denominamos un uso y alquiler de la plataforma, para cobrar ese uso y alquiler de la plataforma, tenemos en cuenta las ventas que hacen los aliados comerciales a los consumidores por la exhibición de los productos en la plataforma, se fija un acuerdo entre las partes, se fija un porcentaje sobre el cual se va a cobrar ese uso y alquiler de la plataforma, digamos el 10% de todas las ventas que haga lo tomaremos como referencia para cobrar ese uso y alquiler de la plataforma y con base en eso, Rappi hace un ingreso no como una comisión repito, sino por el alquiler del espacio y de eso obviamente nosotros generamos un ingreso que se factura debidamente al aliado comercial, por concepto y uso de la plataforma y ese es el ingreso que tiene la compañía”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 30:29 en adelante).

Asimismo, resulta importante indicar frente a este aspecto, que la investigada allegó mediante el radicado número 18-256766-42 del 5 de diciembre de 2019, identificado con la referencia “*investigación administrativa –Resolución 60028 de 2019*”, unas certificaciones de los aliados comerciales como Adidas, DLK y Bagatelle, en las que se indicó que ésta les alquilaba la plataforma y que no comercializaba los productos¹⁸, tal y como lo indicó en sus argumentos de defensa.

Respecto de lo anterior, esta Autoridad encuentra que si bien la investigada, no denomina a dicho rubro como una comisión y que se alude al mismo como un costo que asumen los aliados por tener un espacio en dicha plataforma, dicha circunstancia no desdibuja el hecho que, su intervención no corresponde a ser un portal de contacto como lo ha afirmado de forma reiterada en sus argumentos, en tanto ésta no solo pone en contacto a los sujetos que intervienen en dicha plataforma, sino que su patrimonio se ve incrementado y su rentabilidad aumenta en la medida en que se produzcan y perfeccionen operaciones de consumo, por lo que en ese sentido, a mayores transacciones realizadas a través de página web o de su aplicativo móvil, mayores serán las ganancias que obtendrá y en ese sentido, su participación en los negocios jurídicos que se llevan a cabo a través de su plataforma implica que ésta es un proveedor en la cadena de comercialización de bienes y/o servicios, por cuanto participa económicamente de las transacciones que se realicen, pues obtiene utilidades por dichas operaciones, es decir, obtiene réditos económicos y tangibles por la concreción de las operaciones mercantiles.

De esta forma y al revisar el documento que allegó la investigada mediante el consecutivo número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, correspondiente a los estados financieros con corte a 31 de diciembre de 2018, se advirtió en el ítem reconocimiento de ingresos de actividades ordinarias, que dicho rubro lo denominó como ingresos ordinarios operacionales e indicó que dicho valor era un porcentaje cobrado por las “*ventas que realizara el aliado a través de la plataforma que puede ser antes o después de los impuestos que se tengan que adicionar al producto vendido y que el mismo era definido en las negociaciones comerciales, siendo potestad del área comercial de establecer dicho porcentaje*”.

Así las cosas y al revisar el estado de resultados integral que allegó la investigada mediante el consecutivo número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se pudo advertir que ésta dentro de sus ingresos reportó dicho rubro bajo el ítem “*restaurantes*” y por el mismo para el año 2018 obtuvo \$14.602.021.778 y para el año 2019 \$49.481.682.773.

De tal manera y contrario a lo afirmado por la investigada en sus escritos de defensa, esta Autoridad no hizo supuestos al indicar que obtenía un porcentaje de los valores transados a través de dicha plataforma, ya que como se vio dicho rubro no se limita a un simple uso y alquiler de la plataforma, sino que el mismo resulta ser inherente a esa relación de consumo que se ejecuta en la misma, toda vez que ese valor corresponde a un porcentaje que tiene su origen en las ventas que realiza el aliado a través de su plataforma y que es cobrado por la investigada de manera semanal a éstos y que dependiendo de los acuerdos individuales dicho porcentaje puede ubicarse entre un rango del quince por ciento (15%) y el veintisiete por ciento (27%) más el IVA del total transado en la plataforma virtual, por lo que, en este caso se tiene que entre más operaciones se realicen, mayores serán las utilidades percibidas por el sujeto pasivo, por lo que éste como se observó participa económicamente de esas operaciones mercantiles ejecutadas.

¹⁸ Dichas certificaciones fueron aportadas con ocasión de la apertura de investigación administrativa por el presunto incumplimiento de las órdenes impartidas que se tramita igualmente mediante el radicado de la referencia. Sin embargo, es importante indicar que la investigada aludió a las mismas dentro de sus argumentos y en virtud del principio de la comunidad de la prueba o adquisición procesal, dichos elementos pertenecen al proceso y forman parte del mismo, razón por la que es válido el estudio de los mismos dentro de esta actuación administrativa.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Asimismo, también se evidencia de dicho acuerdo de cooperación que en caso de que se presente una terminación unilateral del mismo por parte del aliado, éste no solo deberá informarle de manera anticipada a la investigada con un periodo no inferior a ciento ochenta (180) días calendario a la fecha de la terminación, sino que adicionalmente, la investigada le establece como obligación el tener que pagarle el diez por ciento (10%) del valor total de las ventas. En ese sentido, se advierte igualmente que el sujeto pasivo percibirá unas ganancias directas que incrementarán su patrimonio como consecuencia de las ventas que realice el aliado comercial a través de su plataforma, aun cuando éstos decidan terminar el acuerdo de cooperación de manera unilateral, dentro del lapso antes indicado.

Así las cosas y aunque es cierto como lo indica la investigada en sus escritos de defensa, que existen aliados comerciales, ésta no solo a través de su plataforma los conecta con los consumidores y con los *Rappitenderos* que recogen las órdenes, sino que se hace parte de la comercialización de bienes y/o servicios que se encuentran en ella, pues como se vio del anterior estudio expuesto, es claro que ésta entabla una relación con los consumidores, fruto de las órdenes que estos ejecutan a través de su plataforma, obtiene un beneficio de carácter pecuniario, por las transacciones que se realizan y en ese sentido, su rentabilidad aumenta en la medida en que se generen órdenes y se perfeccionen operaciones de consumo, circunstancia que permite establecer que ésta participa en la cadena de comercialización de los bienes y/o servicios que se ofrecen ya sea a través de su página web o su aplicativo móvil.

En ese orden de cosas y vistos los argumentos de defensa de la investigada, este Despacho debe indicar que, ésta aludió en los mismos, a los acuerdos de cooperación e indicó que ponía en contacto a los consumidores, *Rappitenderos* y aliados comerciales y que éstos últimos eran los encargados del tema de la información, circunstancias sobre las que esta Autoridad difiere, ya que si bien de las estipulaciones analizadas, se advierte en parte tales situaciones; esta Dirección no puede desconocer cómo se expuso anteriormente, que la investigada tiene una injerencia en los precios informados por los aliados comerciales, al poder incrementar hasta en un 10% su valor, situación que se desconoce los términos de la cláusula alusiva al tema de información y precios, y que evidencia su calidad de proveedor al facultarlo para fijar el precio final del producto. Igualmente, no es posible omitir el hecho de que de acuerdo con los soportes probatorios que obran en el plenario y la declaración de parte del representante legal, la investigada tiene una intervención y contacto con los consumidores, así como frente a las ganancias obtenidas por el aliado, respecto de las ventas llevadas a cabo en la plataforma virtual.

Ahora, en lo que corresponde al modelo “no cashless” al que aludió en su defensa, se observa que el mismo no se compagina con lo que se establece en este tipo de acuerdos, ya que en las cláusulas del mismo se indica que simplemente el *Rappitendero* recogerá la orden, pero en los argumentos de defensa, ésta explicó que éste pagaba los productos solicitados bien con su dinero o con un monto suministrado por *Rappi*.

Asimismo y en lo que corresponde al modelo “cashless” explicado igualmente en sus escritos de defensa, se observa que el mismo no se compagina tampoco con este tipo de acuerdos, ya que si bien señala que el *Rappitendero* no tiene que pagar ningún valor, de sus manifestaciones se advierte que ésta alude a que las órdenes solicitadas por los usuarios ingresan a un dispositivo del propio aliado, circunstancia que como se expone a continuación, corresponde a otro tipo de acuerdo que celebra la investigada y en el que además no se alude a un *Rappitendero*, sino a personal propio del aliado comercial.

En ese sentido, llama la atención que los argumentos de defensa de la investigada resulten ser contradictorios frente a los acuerdos de cooperación que ella misma suministró, situación que pone en evidencia que ésta realiza manifestaciones sin fundamento acerca de que es un portal de contacto o bien que ésta tiene injerencia en las operaciones de consumo y busca desdibujar tal circunstancia, para que este Despacho no pueda establecer que su calidad en el mercado colombiano es ser un proveedor habitual de bienes y/o servicios que emplea una plataforma de comercio electrónico.

41.1.2.3.1.2. Frente a los ingresos provenientes de la suscripción de los “Acuerdos de Colaboración Market Place”:

Por otro lado y en lo que corresponde a los acuerdos denominados de colaboración “market place”, se pudo observar, que en los mismos la investigada indicó en su disposición “naturaleza jurídica” que *Rappi* presta al aliado el “uso de la plataforma virtual *Rappi* en la modalidad *MarketPlace*, para que el Aliado pueda exhibir y ofrecer sus productos y/o servicios con el fin de que estos sean adquiridos por los usuarios/consumidores de la plataforma virtual *Rappi*”.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

De esta manera y observado lo anterior, se tiene que en este caso, la investigada establece en dicho acuerdo de colaboración, que su plataforma virtual será utilizada por los aliados comerciales en la modalidad de market place y que a través de ella, se podrán exhibir productos y/o servicios para que sean accesibles a los consumidores y su objeto será, al igual que en los acuerdos de cooperación el incrementar las ventas a través de su plataforma.

En ese orden, indica que cuando la plataforma se usa con dicho propósito, el aliado será el encargado de tramitar y entregar las órdenes solicitadas por los usuarios y para ello, empleará una plataforma denominada *Rappi* Aliado, circunstancia que correspondería parcialmente al modelo “*cashless*” indicado en los argumentos de defensa; sin embargo, en dichas manifestaciones se hace referencia a la figura del *Rappitendero* y de los acuerdos de colaboración que aquí se analizan, se observa que, en este caso, es el personal de la investigada el que realizaría aparte de la orden, la entrega del bien solicitado.

Por otro lado, en este caso se incluye dentro del acuerdo, las nociones de métodos de pago “*offline*”, que es cuando el domiciliario del aliado le cobra el valor del pedido a los consumidores y que el mismo puede ser en efectivo o tarjeta débito y el método de pago “*in-app*”, evento en el que el consumidor realiza el pago a través de la plataforma de *Rappi*, mediante tarjeta de crédito, “*Rappi pay*” y/o “*RappiCréditos*”.

Al respecto, al analizar en su integridad las visitas de inspección administrativas realizadas en la etapa de averiguación preliminar y que fueron radicadas mediante los consecutivos números 18-256766-3 del 17 de julio de 2019 y 18-256766-4 del 26 de julio de 2019, se evidenció que efectivamente la plataforma dispone de diversos medios de pago, entre ellos, los antes mencionados, situación que será abordada posteriormente; sin embargo, debe ponerse de presente que la investigada en sus escritos de defensa, si bien hizo alusión a los métodos de pago antes expuestos, ésta no explicó la existencia y la diferencia de la modalidad “*offline*” e “*in-app*” observada de los acuerdos de colaboración.

Ahora bien, resulta importante destacar que en los acuerdos de colaboración, la investigada tiene como obligaciones cuando se utiliza dicha plataforma como un market place, las mismas que cuando celebra con los aliados los acuerdos de cooperación, es decir, que ésta pone a disposición dicha plataforma para que los usuarios puedan adquirir los productos y/o servicios que son exhibidos y ofrecidos por el aliado y le envía a éste un reporte mensual de las ventas que se hubieran realizado a través de *RAPPI*.

Frente a las obligaciones del aliado, se evidencia que éstos también tienen deberes semejantes a los que se les establecen cuando celebran los acuerdos de cooperación; así y una vez la investigada desarrolla el catálogo de sus productos, el aliado será el responsable de mantener la información de sus productos y precios actualizada en todo momento y que en caso, de que desee realizar modificaciones adicionales deberá solicitárselo a la investigada. Asimismo, se indica que en caso de que existan inexactitudes en el precio o los productos, éste debe responder directamente ante el usuario.

Al respecto, al analizar en su integridad las visitas de inspección administrativas realizadas en la etapa de averiguación preliminar y que fueron radicadas mediante los consecutivos números 18-256766-3 del 17 de julio de 2019 y 18-256766-4 del 26 de julio de 2019, así como el escrito de respuesta allegado por la investigada mediante el radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, como bien se señaló previamente, se pudo observar que si bien se indicó el nombre de diversos establecimientos de comercio y de los productos con su precio, lo correspondiente a mantener la información de los productos y precios actualizada por parte de los aliados comerciales, no es una situación perceptible y visible para los consumidores, ya que el manejo de la plataforma se encuentra unificado y está a cargo de *Rappi*, por lo que los usuarios así escojan un establecimiento específico para adquirir un bien y/o servicio, se acogen al precio que se anuncia en la plataforma y la información que se le proporciona.

Aunado a ello y como previamente se indicó, no puede perderse de vista que en el documento de “*términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPI*”, la investigada estableció de manera expresa en la cláusula “*g) valor*” que podría incrementar el valor de los productos exhibidos hasta en un 10% y que los consumidores tendrían que aceptar dicha circunstancia.

En ese sentido, se observa que si bien tanto en la declaración de parte como en los acuerdos de colaboración que aquí se analizan, se indica que el tema de información y precios corresponde a una obligación propia de los aliados comerciales, este Despacho no puede desconocer la cláusula anterior

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

contenida en el documento denominado “*términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPÍ*” y que es puesto en conocimiento de los consumidores, independiente del tipo de acuerdo que celebre la investigada con sus aliados comerciales. Asimismo y observados los estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2018, que se encuentran radicados con el número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se advirtió frente a este tema que la investigada efectivamente tiene una injerencia sobre los precios de los productos y que obtiene una ganancia por ello, así:

“Reconocimiento de ingresos de Actividades Ordinarias

(...)

Mark Up: *Corresponde a un sobrecosto cobrado sobre el precio de los productos ofrecidos a través de APP Rappi. Este sobrecosto es concertado con el aliado y mencionado al usuario al momento en que este hace la compra”. (Negrilla fuera de texto).*

En ese orden y si ésta incrementa en dicho porcentaje los precios, es porque tiene una injerencia directa sobre los valores que se informan en la plataforma y además, se observa que ese porcentaje no se encuentra relacionado con el contenido que se encuentra en los acuerdos de colaboración *market place* suscritos, por lo que en este caso, se está frente a una ganancia que incrementaría el patrimonio de la investigada y no el de sus aliados comerciales bajo esta modalidad. Del mismo modo y como se expuso al analizar los acuerdos de cooperación, dicho rubro se encuentra reportado en el documento de estado de resultados integral de la investigada como un ítem de ingreso en su patrimonio.

Por otra parte y retornando con el análisis del acuerdo de colaboración *market place*, se indica que las promociones que el aliado ofrezca en su canal de domicilios propios, también deberán ser ofrecidas a través de *Rappi* y que debe brindar una atención a los usuarios y/o consumidores. Sobre este último punto, resulta importante señalar que en la cláusula de “*servicio al cliente*”, se indica que el aliado es el encargado de prestar el servicio al cliente a los consumidores salvo cuando se trate de un pago realizado en la plataforma.

Al respecto, debe indicarse que de acuerdo con los elementos que obran en el plenario y particularmente, la declaración de parte radicada con el número 18-256766-61 del 9 de enero de 2020, el consolidado de PQR's que allegó la investigada a través del radicado número 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018, las denuncias de los señores **MARÍA CAMILA GARCÍA** (19-47248), **CAROLINA HERRERA SMALL** (18-247095), **RAÚL ALFONSO ROJAS RAMÍREZ** (18-265955) y **MICHAEL STEVEN MEDINA GUERRERO** (18-282779), se pudo advertir, por un lado, que efectivamente sí se presentan promociones en dicha plataforma, situación sobre la que se ahondará posteriormente; pero en el tema de atención al cliente, se pudo observar que *Rappi* atiende todas las peticiones, quejas y/o reclamos que presentan los consumidores estén éstas o no relacionadas con los métodos de pago.

Por otra parte, se pudo observar también de las obligaciones que se le establecen al aliado en los acuerdos de colaboración, que éste acepta que la investigada le cobre el valor de las compensaciones que se le otorgan a los consumidores por órdenes que tengan tiquetes de servicio al cliente por inconvenientes con el producto o por la no entrega del mismo.

Asimismo, se establece que el consumidor en la modalidad *market place* no podrá cancelar la orden y que si se presenta algún inconveniente, el aliado deberá tramitar la cancelación y que en ese caso, la investigada no le pagará al aliado ninguna orden cancelada; de la misma forma se establece que el aliado acepta que *Rappi* determine un tiempo máximo de entrega y que si éste en el lapso de treinta (30) minutos no ha entregado la orden, deberá notificar al sujeto pasivo de esta actuación y éste no le reembolsará dicho valor.

Igualmente, cuando se presenta la suscripción y ejecución del acuerdo de colaboración, se tiene que el aliado se obliga a darle un descuento del diez por ciento (10%) a los consumidores si la orden tarda más de cuarenta (40) minutos en prepararse. En todos estos casos, se establece de manera expresa que todos esos descuentos serán descontados del valor total que *Rappi* debe reembolsar al aliado.

Así y al revisar la disposición “*forma de pago*”, se observa que el mismo establece el tiempo y la forma en que la investigada le reembolsará el valor de las órdenes solicitadas por los consumidores a sus aliados e incluirá los costos de envío y propina cuando los usuarios hayan hecho el pago a través de la plataforma. Igualmente, se señala que *Rappi* le pagará al aliado hasta tres mil quinientos pesos M/CTE (\$ 3,500) del valor del domicilio de los usuarios de la membresía denominada “*RappiPrime*”.

No obstante lo anterior, se establece en el contenido de los acuerdos de colaboración, que a los valores que la investigada le tenga que reembolsar al aliado se le restará lo siguiente:

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

“i) El valor cobrado por Rappi por concepto del alquiler y uso de la plataforma virtual Rappi, de conformidad con lo estipulado en la sección denominada valor cobrado por ‘uso y alquiler de la plataforma virtual Rappi’ de los presentes términos y condiciones”.

Frente a este ítem y al consultar la disposición “*uso y alquiler de la plataforma Rappi*”, se señaló que el aliado le pagará a la investigada por concepto de uso y alquiler de la plataforma en modalidad de *market place*, un porcentaje que de acuerdo con los elementos probatorios allegados, oscila entre el diez por ciento (10%) y el doce por ciento (12%) +IVA del total transado por el aliado en dicha plataforma y que ese porcentaje se descuenta tanto para las órdenes pagadas por los consumidores a través de los métodos de pago de la plataforma como para aquellas pagadas por método “*offline*”, es decir, directamente al domiciliario del aliado.

En ese sentido, se observa que la investigada percibe un rubro directo derivado del uso y alquiler de la plataforma y que éste se cobra no solo si el consumidor hizo una transacción económica a través de dicho medio sino también respecto de los pagos que se hicieron de manera directa al aliado comercial.

Asimismo, en los acuerdos de colaboración se tiene que del valor que se le tiene que reembolsar al aliado, se le resta lo siguiente:

ii) El valor total de las compensaciones otorgadas a los usuarios/consumidores en aquellas órdenes donde el Aliado haya entregado: 1) un producto equivocado; 2) una orden incompleta; 3) un producto en mal estado;

iii) el valor total de las compensaciones otorgadas a los usuarios/consumidores por órdenes reportadas como no entregadas por el usuario/consumidor y cuya entrega no pueda ser comprobada por el Aliado.

Del mismo modo, en las obligaciones del aliado contempladas para este tipo de acuerdos, se observa que si no tomó la orden dentro de los siete (7) minutos siguientes a haber sido solicitada y tramitada a través de su plataforma, la misma se incluiría como un pedido tomado y se sumará al valor final del uso y alquiler de la plataforma.

De esta manera y si bien en dichos documentos se hace referencia expresa a que se trata de una modalidad de *market place*, la investigada al indicarle al aliado comercial que por cualquier situación que implique un inconveniente con las órdenes y/o pedidos que se tramitan en la plataforma, no le hará entrega de ninguno de los valores señalados en las cláusulas previamente expuestas y que hacen parte del contenido de los acuerdos de colaboración.

Así y como diferencia del acuerdo de cooperación, en este caso no se hace alusión a las referidas compensaciones monetarias a las que aludió el representante legal suplente al momento de realizar la declaración de parte, ya que aquí se indica que ningún valor por irregularidades presentadas en las órdenes y/o pedidos será reembolsado. En ese sentido, el que ve disminuido su patrimonio es el aliado comercial y no el sujeto pasivo de esta actuación, toda vez que éste no le reconocerá al otro el valor de la transacción ejecutada en la plataforma cuando existan inconvenientes.

Por otro lado y en lo que corresponde al uso y alquiler de la plataforma, se debe indicar que aunque el representante legal suplente de la investigada, manifestó en su declaración de parte que fue relacionada en los párrafos precedentes, que no se trataba de una comisión y en las certificaciones obrantes en el consecutivo número 18-256766-42 del 5 de diciembre de 2019, identificado con la referencia “*investigación administrativa –Resolución 60028 de 2019*”, en las que se señaló que ésta efectivamente alquilaba la plataforma, dichas circunstancias no cambian el hecho que, su intervención no se circunscribe solamente a poner en contacto a los sujetos que intervienen en dicha plataforma bajo dicha modalidad, sino que su rentabilidad aumenta en la medida en que se produzcan y perfeccionen operaciones de consumo, por lo que es claro que ésta obtiene un beneficio de carácter pecuniario, por las transacciones que se realizan y en ese sentido, su rentabilidad aumenta en la medida en que se generen órdenes y se perfeccionen operaciones de consumo, circunstancia que permite establecer que ésta participa en la cadena de comercialización de los bienes y/o servicios que se ofrecen ya sea a través de su página web o su aplicativo móvil.

Aunado a lo anterior y como se expuso previamente, al revisar el documento que allegó la investigada mediante el consecutivo número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, correspondiente a los estados financieros con corte a 31 de diciembre de 2018, se advirtió en el ítem reconocimiento de ingresos de actividades ordinarias, que el referido valor por concepto de uso y alquiler de la plataforma, lo

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

denominó como ingresos ordinarios operacionales e indicó que dicho valor era un porcentaje cobrado por las “ventas que realizara el aliado a través de la plataforma que puede ser antes o después de los impuestos que se tengan que adicionar al producto vendido y que el mismo era definido en las negociaciones comerciales, siendo potestad del área comercial de establecer dicho porcentaje”.

Así y como se expuso previamente, al revisar el estado de resultados integral que allegó la investigada mediante el consecutivo número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se pudo advertir que ésta dentro de sus ingresos consignó dicho rubro bajo el ítem “restaurantes” y reportó por el mismo para el año 2018 \$14.602.021.778 y para el año 2019 \$49.481.682.773.

En ese orden, resulta claro que la investigada mediante la suscripción y la ejecución de los acuerdos de colaboración *market place*, tiene una intervención que no solo se limita a la de un portal de contacto, sino que al igual que cuando celebra los acuerdos de cooperación con sus aliados comerciales, su patrimonio se ve incrementado y su rentabilidad aumenta en la medida en que se produzcan y perfeccionen operaciones de consumo, por lo que en ese sentido, a mayores transacciones realizadas a través de página web o de su aplicativo móvil, mayores serán las ganancias que obtendrá y en ese sentido, su participación en los negocios jurídicos que se llevan a cabo a través de su plataforma implica que ésta es un proveedor en la cadena de comercialización de bienes y/o servicios, por cuanto participa económicamente de las transacciones que se realicen, pues obtiene réditos económicos y tangibles por la concreción de las operaciones mercantiles.

Por otro lado, también se evidencia de dicho acuerdo de colaboración, que en caso de que se presente una terminación unilateral del mismo por parte del aliado, éste no solo debe informarle de manera anticipada a la investigada con un periodo no inferior a ciento ochenta (180) días calendario a la fecha de la terminación, sino que adicionalmente se verá obligado a pagarle al sujeto pasivo de esta actuación el diez por ciento (10%) del valor total de las ventas.

De lo anterior y aunque la investigada tiene un documento denominado acuerdo de colaboración *market place*, se advierte igualmente que ésta percibe unas ganancias directas que incrementarán su patrimonio como consecuencia de las ventas que realice el aliado comercial a través de su plataforma, en los casos en que éstos decidan terminar el acuerdo de cooperación de manera unilateral.

En ese sentido, la investigada por la labor de los aliados comerciales así sea en la modalidad de *market place* percibe un beneficio pecuniario que incrementa su patrimonio.

Ahora bien, al igual como en los acuerdos de cooperación, se tiene que es obligación del aliado autorizar el uso de la marca de *Rappi* en su publicidad física y digital y que sea visible la alianza existente entre ambos. Sobre este punto y como se expuso de manera precedente, se observa una injerencia de la investigada en las formas y contenidos de comunicación de sus aliados que tienen como finalidad influir en las decisiones de consumo, circunstancia que como antes se mencionó, será ahondada de manera posterior.

Así las cosas, si bien la investigada celebra unos acuerdos de colaboración para la modalidad de *market place*, no se explica esta Dirección porqué ésta bajo dicha modalidad igualmente percibe rubros que están relacionados con las operaciones de consumo que celebran los aliados y los consumidores. En ese sentido, las utilidades que ésta obtiene provienen de valores asociados intrínsecamente a las órdenes y pedidos que gestionan los consumidores a través de su plataforma para satisfacer una necesidad de consumo.

Por lo que en ese sentido, si bien es factible que ésta denomine a dichos documentos como acuerdos de colaboración *market place*, no por ello, se desdibuja el hecho que esta obtiene una ganancia por concepto de las ventas que se desarrollan en la plataforma.

41.1.2.3.1.3. Consideraciones frente a los ingresos provenientes de la suscripción de los documentos denominados “Acuerdos de Cooperación Rappi” y “Acuerdos de Colaboración Market Place” entre la investigada y los aliados comerciales:

Analizado el anterior contenido de los documentos “Acuerdos de Cooperación Rappi” y “Acuerdos de Colaboración Market Place”, debe indicarse que, si la utilidad obtenida por la investigada solamente fuera aquella derivada de cobrar un uso y alquiler de dicha plataforma, para eventualmente considerarse como un portal de contacto, en el que se anuncian diferentes productos y/o servicios y funcionara bajo la lógica de los anuncios clasificados, sólo que desde una plataforma virtual, serían válidos los argumentos expuestos; sin embargo y como se pudo advertir, dichos rubros son inherentes a la operación de consumo y ésta obtiene ingresos por las operaciones mercantiles que se desarrollan y participa económicamente de las transacciones que se realicen en el marco de su portal web, pues

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

obtiene utilidades por el éxito de dichas operaciones mercantiles, esto es, obtiene beneficios por la concreción de actos o negocios surtidos a través de página web o de su aplicativo móvil.

Aunado a ello y como se observó del anterior estudio expuesto, ésta igualmente interviene en las transacciones y operaciones comerciales y mercantiles, por ejemplo, cuando busca que se entreguen los productos que fueron solicitados por los consumidores, que éstos lleguen a manos de los usuarios en buen estado y dentro de los lapsos indicados, entre otros; por lo que dicha injerencia en la relación de consumo, acredita que no se está frente a un portal de contacto, sino que ésta con dichas actuaciones escapa de la esfera de dicha figura jurídica y se ubica en el ámbito del comercio electrónico.

Así y examinada la realidad que produce el negocio que adelanta la investigada, advierte esta Dirección que la misma no solamente relaciona a unos sujetos que intervienen y hacen uso de su plataforma, sino que ya sea a través de un acuerdo de cooperación o de colaboración, ésta se hace parte de la comercialización de los bienes que se ofrecen en su plataforma web, asumiendo un rol de intervención comercial, ya que es quien gestiona lo concerniente a la efectiva adquisición de bienes y servicios de terceros, entra en contacto con los consumidores y obtiene beneficios económicos de ello.

En efecto y si bien es cierto como ésta lo ha mencionado a lo largo de la actuación administrativa, se encarga de poner en contacto a los consumidores y a los aliados comerciales, con el fin de que se soliciten y ejecuten órdenes y/o pedidos a través de su página web o el aplicativo móvil dispuesto para tal fin, su intervención no se limita ni termina allí, pues como se estudió previamente de los documentos denominados “*acuerdos de cooperación Rappi*” y “*acuerdos de colaboración Market Place*”, se pudo establecer que, ésta contempla a través de múltiples y diversas estipulaciones contractuales, diversos escenarios que le generan un incremento patrimonial proveniente de las operaciones y transacciones mercantiles que se llevan a cabo a través de los medios digitales antes mencionados; por lo que en ese sentido, su rentabilidad aumenta en la medida que se produzcan operaciones de consumo entre sus aliados comerciales y los consumidores y genera con su actuar, que se haga parte de la cadena de comercialización de los bienes y servicios que se ofrecen y publicitan en su plataforma virtual.

Lo anterior y contrario a lo afirmado por la investigada en sus escritos de defensa, genera una estructura de incentivos que no puede ser desconocida dentro de la presente investigación, pues entre mayores ventas se realicen, mayores son las utilidades de la investigada. En ese sentido, lo importante para ésta es que se produzca el mayor número de operaciones de consumo posibles dentro de su portal, situación que en sí misma no es ilícita o antijurídica, sino que pone en evidencia el rol que desempeña el sujeto pasivo de esta actuación, cuyo negocio no es sólo poner en contacto a las partes o permitir la exhibición de productos y/o servicios.

En ese orden, este Despacho no puede acoger los argumentos de la investigada concernientes a explicar su modelo de negocio bajo una concepción errada de portal de contacto, ya que de lo anteriormente observado, es claro que ésta en sus escritos de defensa interrelacionó las características que tienen los acuerdos que celebra con sus aliados comerciales, para soportar su defensa con tal calidad.

Por ello y si bien es cierto que existe una modalidad en donde convergen los consumidores, los aliados comerciales y los *Rappitenderos* y en otra, los consumidores y los aliados comerciales, ésta en cualquiera de ellas, tiene una injerencia en la relación de consumo, tal y como quedó en evidencia anteriormente.

Asimismo y en lo que corresponde al argumento de la defensa, acerca que son los aliados comerciales los encargados de actualizar en todo momento la información y precios de los productos, este Despacho debe reiterar que si bien dicha obligación contractual está establecida, lo cierto es que, de las imágenes N° 1 a 5 antes expuestas, tal circunstancia no es perceptible para los consumidores, sino que por el contrario, los usuarios que ingresan a la página web o al aplicativo móvil van a encontrar que el manejo de la plataforma se encuentra unificado y está a cargo de *Rappi*, por lo que así éstos escojan un establecimiento específico para adquirir un bien, se acogen a la información y precio anunciado en la plataforma.

Adicionalmente y como se explicó en párrafos precedentes, en el documento de “*términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPi*”, ésta estableció en la cláusula “*g) valor*” que le permite incrementar el valor de los productos exhibidos hasta en un 10% y que los consumidores tendrían que aceptar dicha circunstancia. Asimismo y como se expuso, al observar los estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2018, que se encuentran radicados con el número 18-256766-59 del 9 de enero

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

de 2020, se evidenció frente a este tema que la investigada efectivamente tiene una injerencia sobre los precios de los productos y que obtiene una ganancia por ello denominada “*Mark up*”, así:

“Reconocimiento de ingresos de Actividades Ordinarias

(...)

Mark Up: *Corresponde a un sobrecosto cobrado sobre el precio de los productos ofrecidos a través de APP Rappi. Este sobrecosto es concertado con el aliado y mencionado al usuario al momento en que este hace la compra”. (Negrilla fuera de texto).*

En ese sentido, es claro que ésta es una ganancia que incrementa el patrimonio de la investigada y no el de sus aliados comerciales.

Ahora, en lo que corresponde a los modelos “*cashless*” o no “*cashless*”, explicados en sus escritos de defensa, esta Dirección encuentra que los mismos no se compaginan con los acuerdos que ésta misma allegó y que fueron estudiados de manera precedente, razón por la cual sus afirmaciones carecen de sustento de cara a los acuerdos de cooperación y colaboración objeto de análisis.

En ese orden de cosas y si bien ésta a través de su ejercicio de argumentación, esgrimió manifestaciones que son parcialmente ciertas, este Despacho no puede acogerlas, toda vez que resultan ser contradictorias frente a los acuerdos que ella misma suministró en la etapa del periodo probatorio.

41.1.2.3.2. Ingresos provenientes del servicio denominado “*CPG’s (Consumer packaged goods)*”:

Por otro lado, la investigada en sus escritos de defensa aludió igualmente a la existencia de un servicio dentro de la plataforma denominado “*CPG’s (Consumer packaged goods)*” e indicó que en este caso, los aliados comerciales correspondían a supermercados, tiendas y farmacias y que se diferenciaban de los restaurantes con los que celebraba los acuerdos de colaboración y cooperación antes analizados, porque aquí eran productos empacados diferentes a los que se preparaban en los otros establecimientos.

Igualmente, indicó que funcionaba bajo los modelos “*cashless*” y no “*cashless*” y que aquí las órdenes ingresaban a una tableta del aliado y que los “*personal shoppers*” o compradores personales realizaban la selección de productos, los registraban y los entregaban al *Rappitendero* para que fueran entregados al usuario y que cuando se trataba de servicios, el contacto era exclusivamente entre los usuarios y los aliados.

Frente al particular, lo primero que debe señalarse es que la investigada frente a esta modalidad de servicio, no allegó los acuerdos correspondientes, ya que los que obran en el plenario corresponden a otro tipo de establecimientos (restaurantes) a los que aludió frente al negocio “*CPG’s (Consumer packaged goods)*”.

Sin embargo y al revisar en su integridad el plenario, este Despacho advirtió que el representante legal de la investigada en su escrito de respuesta radicado mediante el consecutivo número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, hizo alusión a dicha modalidad e indicó que la misma correspondía a la sección denominada supermercados y que los consumidores podían acceder a los productos allí exhibidos. Para ello, trajo a colación, entre otras, las siguientes imágenes:

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Imagen N° 8 (escrito de respuesta presentado por el representante legal de la investigada a través del radicado N°18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)

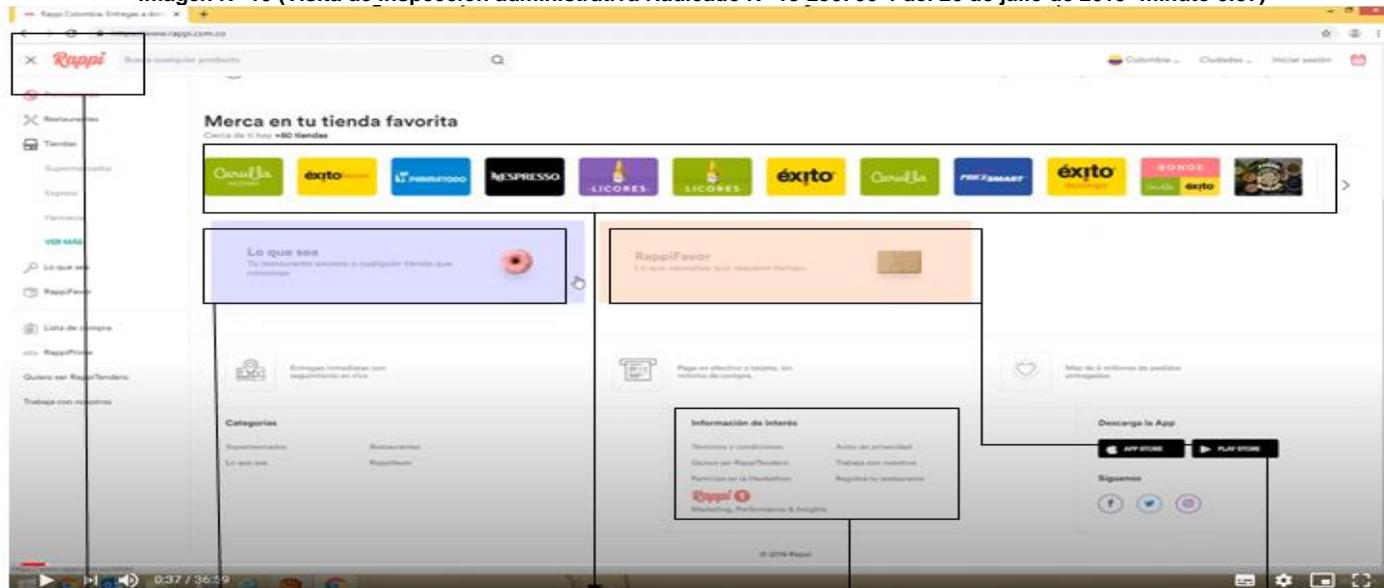


Imagen N° 9 (escrito de respuesta presentado por el representante legal de la investigada a través del radicado N°18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)



Asimismo, este Despacho al analizar la visita de inspección administrativa radicada con el número 18-256766-4 del 26 de julio de 2018, advirtió la existencia de diferentes establecimientos de comercio en la plataforma de la investigada, correspondientes a supermercados, así:

Imagen N° 10 (Visita de inspección administrativa Radicado N° 18-256766-4 del 26 de julio de 2019- minuto 0:37)



“Rappi”

diversas tiendas y secciones para adquisición de bienes

“rappifavor”

“Lo que sea” o RappiAntojo

“información de interés
 Términos y condiciones Aviso de privacidad
 Quiero ser Rappitendero Trabaja con nosotros
 participa en la Hackathon Registra tu restaurante
 Rappi marketing, performance & insights”

Ahora, en lo que corresponde y como se expuso de manera precedente, a los modelos “cashless” y “no cashless” a los que aludió la investigada en su defensa y que indicó que aplicaban frente a los aliados comerciales de igual manera respecto del referido negocio “CPG’s (Consumer packaged goods)”, este Despacho debe indicar, que frente a dichos argumentos se evidenció que los mismos no

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

se compaginaban con lo que estaba establecido en los acuerdos comerciales allegados, ya que en su defensa manifestó, que en ambos casos el *Rappitendero* tendría que sufragar ante el aliado comercial un valor y de las cláusulas antes estudiadas en los acuerdos de cooperación y de colaboración, se evidenció que en los primeros acuerdos referidos éste solo debía recoger el producto y que en los de colaboración, era el personal de ese tercero el que realizaba el domicilio y entrega de los mismos.

No obstante y si bien es cierto que la investigada en sus argumentos de defensa indicó que bajo el “CPG’s (*Consumer packaged goods*)”, se presentaban similares características a las que aplicaban para otro tipo de aliados comerciales, pero que ésta estaba enfocada a establecimientos como supermercados, tiendas, farmacias, etc., este Despacho advirtió igualmente, que en este caso, la investigada no solo puso en contacto a los sujetos intervinientes que mencionó a través de su plataforma, sino que igualmente, bajo esta modalidad participó económicamente de las transacciones que se realizaron bien a través de su página web o mediante el aplicativo móvil, toda vez que al revisar los estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2018, que se encuentran radicados con el número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se advirtió lo siguiente:

“Reconocimiento de ingresos de actividades ordinarias

Los ingresos de las actividades ordinarias se reconocen en la medida que sea probable que los beneficios económicos fluyan a la Compañía y que los ingresos se puedan medir de manera fiable, independientemente del momento en el que el pago sea realizado por el cliente.

Los ingresos se miden por el valor razonable de la contraprestación recibida o por recibir, teniendo en cuenta las condiciones de pago definidas con el cliente y sin incluir impuestos ni aranceles.

Para la compañía se detallan los siguientes ingresos ordinarios operacionales:

(...)

Existen dos modelos ‘tradicional y cashless’, que corresponden a:

a. Modelo tradicional: bajo este modelo, el Rappitendero debe pagarle al aliado los productos solicitados por el usuario en el establecimiento o punto físico del aliado.

b. Modelo cashless: en este modelo, el Rappitendero al momento de retirar los productos solicitados por el usuario en el establecimiento o punto físico del aliado no debe pagarlos al aliado. Rappi hace el recaudo del valor de los productos comprados por los usuarios y los transfiere al aliado en la periodicidad establecida con el aliado en la negociación comercial; por regla general, la periodicidad es semanal, esto es, los productos comprados por los usuarios por medio de la plataforma Rappi de lunes a domingo, se transfieren al aliado ya neto (descontado) del cobro por alquiler y uso de la plataforma el miércoles de la semana siguiente’.

2. CPG’S: funciona como restaurantes y el valor a cobrar puede ser un porcentaje de las ventas o un valor fijo; también existen los modelos ‘tradicional y cashless’ mencionados en la descripción de restaurantes. Los comercios incluidos en este tipo de ingresos son: licores, farmacias, supermercados y tiendas especializadas. (Subrayado de fuera de texto).

Así las cosas, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, se pudo establecer cómo verdaderamente se dan los modelos “tradicional” y “cashless” a los que aludió la investigada en sus escritos y como estos aplicaban frente al negocio denominado “CPG’s (*Consumer packaged goods*)” y respecto del cual, se observó que ésta también obtenía ingresos por el éxito de las operaciones de consumo que se realizaban a través de su plataforma, ya que se indicó que existía un porcentaje que ésta cobraba por las ventas o que éste podía ser un valor fijo.

Asimismo y al analizar el estado de resultados integral que se encuentra radicado con el número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se advirtió que Rappi S.A., para el primer semestre del año 2019, obtuvo por dicho concepto un ingreso equivalente a \$2.511.890.580. Así las cosas, se evidencia que la mencionada sociedad participa económicamente de las transacciones que se realizan en su plataforma ante los establecimientos que están contemplados dentro del denominado CPG’s, pues obtiene utilidades por el éxito de una operación de consumo, esto es, que obtiene beneficios económicos por la concreción de operaciones mercantiles bien a través de su página web o bien mediante el uso de su plataforma a través del aplicativo móvil.

En ese sentido y visto lo anterior, este Despacho no puede acoger los argumentos de la investigada acerca de que es un portal de contacto y que en éste simplemente convergen los sujetos intervinientes por ella mencionados, ya que como se observa igualmente en este caso, ésta obtiene ingresos

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

económicos que hacen parte de su patrimonio, por lo que entre mayor sea el número de transacciones mayores serán las utilidades obtenidas por ésta respecto de esas relaciones de consumo que se realizan en su plataforma.

41.1.2.3.3. Ingresos provenientes de los servicios ofrecidos y denominados como “Rappi Antojo”, “Rappi Favor”, “Rappi Cash” y “RappiPrime”:

Por otro lado, este Despacho al estudiar el acervo probatorio, evidenció que la investigada también percibía ingresos provenientes de otros servicios que ésta ofrecía a los consumidores en la plataforma virtual. En ese sentido, se tiene de conformidad con el documento denominado “*términos y condiciones de uso de plataforma RAPPi*”, que fue allegado por el sujeto pasivo mediante el consecutivo número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, lo siguiente:

“(…) 3. **DEFINICIONES** (...) **Servicio:** Servicios exhibidos a través de la Plataforma tales como **RappiCash y Rappifavor** y cualquier otro que esté disponible a través de la misma”.
(Negrilla y subrayado fuera de texto).

Así y teniendo en cuenta lo anterior, se evidenció que igualmente el representante legal de la investigada en el escrito identificado con el consecutivo número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, indicó lo siguiente:

“(…) a. **Rappi Antojo**

Sección dentro de la plataforma Rappi a través del cual el Consumidor puede solicitar cualquier tipo de producto de establecimientos de comercio que no son Aliados Comerciales de Rappi, siempre y cuando sea legal. En dichos casos el proceso de la orden funciona igual que los restaurantes. La única diferencia en este caso, es que dado que el Aliado Comercial no está utilizando ningún espacio dentro de la plataforma Rappi, Rappi no cobra ningún valor por el uso y alquiler de la plataforma.

Por ejemplo: Librería Lerner. El Consumidor solicita al Rappitendero que le compre un libro en la Librería Lerner y se lo lleve a la dirección elegida por el Consumidor. Para mayor claridad, a continuación se presentan imágenes de dicha sección.

Imagen N° 11 (imagen relacionada en el escrito de respuesta identificado con el radicado 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)



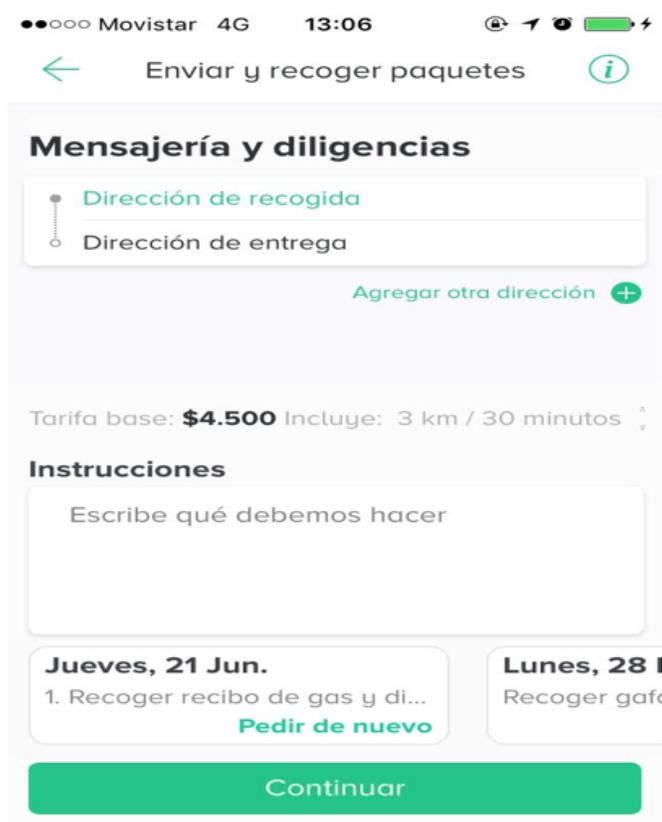
b. **Rappi Favor**

Sección dentro de la plataforma Rappi a través del cual el Consumidor contrata al Rappitendero para que le ejecute un favor. Por ejemplo: 1. Recoger unas llaves en la dirección A y llevarlas a la dirección B. 2. Sacar a pasear al perro. 3. Completar el equipo de fútbol 5 al

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

amigo que no pudo llegar. Para mayor claridad, a continuación se presentan imágenes de cómo se observa dicha sección dentro de la plataforma Rappi.

Imagen N° 12 (imagen relacionada en el escrito de respuesta identificado con el radicado 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)



c. Rappi Cash (Denominada dentro de la plataforma Rappi “Cajero ATM”)

Sección a través de la cual el Consumidor le solicita al Rappitendero que le lleve dinero en efectivo a la dirección que éste indique. Dada la naturaleza de este servicio, el mismo únicamente puede ser pagado por medio de tarjeta crédito o débito. Para mayor claridad, a continuación se presentan imágenes de dicha sección

Imágenes N° 13 y 14 (imágenes relacionadas en el escrito de respuesta identificado con el radicado 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)



(...).”

Aunado a lo anterior, se tiene que durante el presente procedimiento sancionatorio, la investigada señaló en sus escritos de defensa que el único producto que comercializaba era una membresía

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

denominada “*RappiPrime*”, para obtener beneficios de su plataforma y adjuntó dentro del consecutivo número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, cuatro (4) archivos en formato Excel correspondientes al cobro de dicho servicio efectuado entre los meses de junio y julio de 2019, septiembre y octubre de 2018 a diversos consumidores, así como una certificación referida como “*registros en la contabilidad de Rappi S.A.S.*”, en la que indicó que por este servicio se registraba un ingreso en su contabilidad.

Del mismo modo, la investigada en su escrito de descargos al presentar su defensa, hizo referencia a los anteriores servicios y los explicó en similares términos que lo hizo el representante legal en su momento mediante el consecutivo número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018.

Ahora bien, expuesto lo anterior, este Despacho procedió a verificar los servicios denominados como “*Rappi Antojo*”, “*Rappi Favor*”, “*Rappi Cash*” y “*RappiPrime*” y advirtió que, éstos tienen como característica que los mismos se encuentran visibles en la plataforma tal y como se observa de las imágenes N° 9 a 12 de este acto administrativo y como se pudo advertir de la visita de inspección administrativa que se encuentra radicada con el número 18-256766-3 del 17 de julio de 2019, así:

Imagen N° 15 (Visita de inspección radicada con el N° 18-256766-3 del 17 de julio de 2019- minuto 0:09)



“Lo que sea/Rappi Antojo”



“Rappifavor”

Imagen N° 16 (Visita de inspección radicada con el N° 18-256766-3 del 17 de julio de 2019- minuto 4:07)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”



Transforma tu vida con Rappi

Todo el mundo tiene las mismas horas al día, lo que hace la diferencia es lo que hacen con ellas. Gasta las tuyas en los que quieres, nosotros te ayudamos con lo que necesitas. #Hackeatuvida con Rappi.

En Rappi somos especialistas en cumplir tus deseos. Transforma tu vida pidiendo de todos nuestros servicios y recuerda que con RappiPrime te llevamos TODO con costo de envío GRATIS.

¿Mercado mensual?
Mismos precios que la factura y un shopper profesional compra tus productos

¿Dolor de cabeza o en apuros?
Pide por la sección de farmacia.

¿Se te olvidó algo?
Pide por la sección de RappiFavor cualquier diligencia.

¿No encuentras algún producto en Rappi?
Escribenos cualquier producto por la sección 'Lo que sea' y te lo llevamos.

¿Necesitas enviarle \$\$ a un amigo@ o te deben?
Utiliza RappiPay para transferencias inmediatas.

¿Necesitas efectivo?
Pide por RappiCash efectivo a domicilio.

¿Quieres seguir la rumba?

“Transforma tu vida con Rappi

Todo el mundo tiene las mismas horas al día, lo que hace la diferencia es lo que hacen con ellas. Gasta las tuyas en los que quieres, nosotros te ayudamos con lo que necesitas. #Hackeatuvida con Rappi.

En Rappi somos especialistas en cumplir tus deseos. Transforma tu vida pidiendo de todos nuestros servicios y recuerda que con RappiPrime te llevamos TODO con costo de envío GRATIS.

¿Mercado mensual?
Mismos precios que la factura un shopper profesional compra tus productos.

¿Dolor de cabeza o en apuros?
Pide por la sección farmacia.

**¿Se te olvidó algo?
Pide por la sección de RappiFavor cualquier diligencia.**

**¿No encuentras algún producto en Rappi?
Escribenos cualquier producto por la sección 'Lo que sea' y te lo llevamos.**

¿Necesitas enviarle \$\$ a un amigo@ o te deben?
Utiliza RappiPay para transferencias inmediatas

**¿Necesitas efectivo?
Pide por RappiCash efectivo a domicilio**

¿Quieres seguir la rumba? (...). (Negrilla y subrayado fuera de texto).

Imagen N° 17 (Visita de inspección radicada con el N° 18-256766-3 del 17 de julio de 2019- minuto4:14)

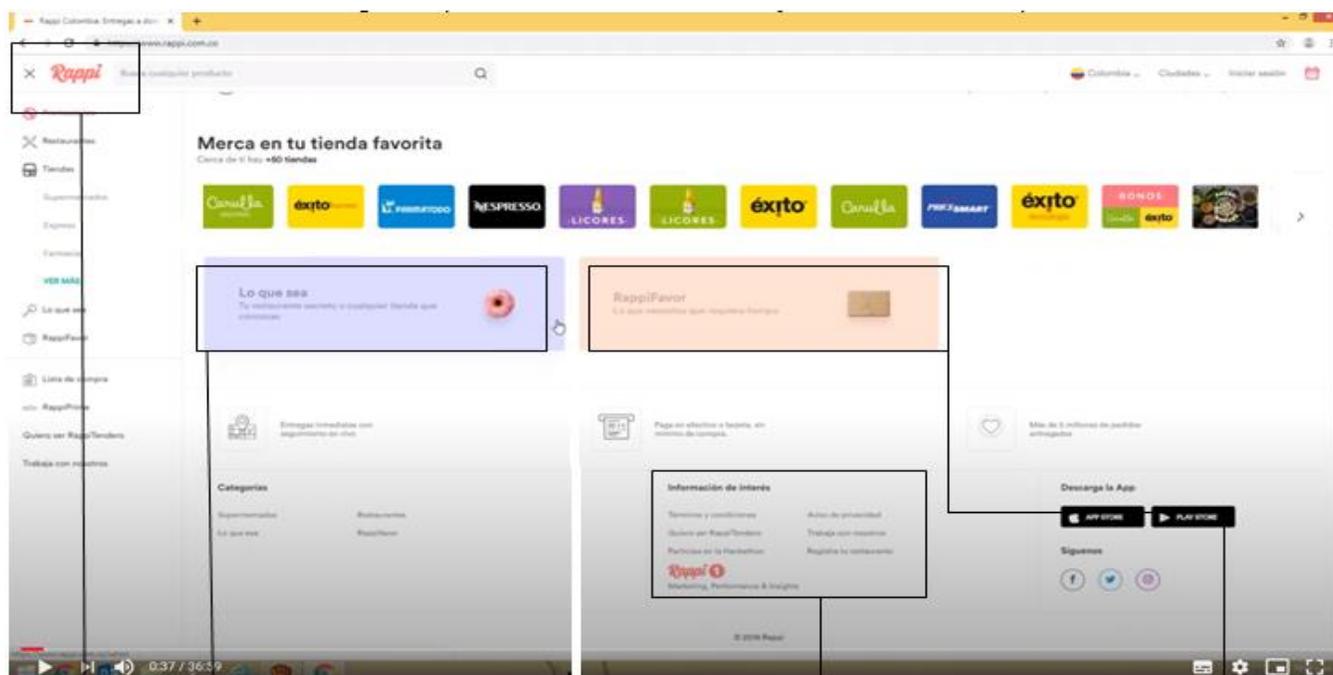
¿Sin efectivo?
Cuando necesites efectivo en menos de 30mins, pide RappiCash”.

“Pide 'lo que sea”

Asimismo, se observó que se indican dichos servicios en la página web “www.rappi.com.co”, que fue objeto de visita de inspección y cuyo soporte se encuentra radicado mediante el consecutivo número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019, de la siguiente manera:

Imagen N° 18 (Visita de inspección radicada con el N° 18-256766-4 del 26 de julio de 2019- minuto 0:37)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”



“Rappi”

“Lo que sea” o RappiAntojo

“rappifavor”

“información de interés
Términos y condiciones Aviso de privacidad
Quiero ser Rappitendero Trabaja con nosotros
participa en la Hackathon Registra tu restaurante
Rappi marketing, performance & insights”

Del mismo modo y visto el consecutivo número 18-246928-0 del 28 de septiembre de 2018 y que corresponde a una denuncia contra la investigada, se advirtió de los anexos allegados, que el servicio “RappiPrime”, tenía diferentes modalidades de suscripción por parte de los consumidores, así:

Imagen N° 19 (Anexo allegado dentro de la denuncia identificada con el radicado N° 18-246928-0 del 28 de septiembre de 2018)



Así las cosas, este Despacho advierte que la investigada tiene dispuesta en su plataforma otros servicios diferentes a los anteriormente analizados en virtud de los acuerdos comerciales allegados y al mencionado CPG's (Consumer packaged goods), pero que tienen como finalidad satisfacer una necesidad de consumo y en los que ésta se reputa como un proveedor de los mismos.

De tal manera, esta Dirección procederá a analizar de manera particular cada uno de ellos, con el fin de establecer si la investigada los ofrece o no a los consumidores y si percibe o no ingresos por los mismos, para así determinar si ésta es un portal de contacto o es un plataforma de comercio electrónico.

41.1.2.3.3.1. Frente a los ingresos provenientes del servicio "Rappi Antojo":

Teniendo en cuenta lo anterior y en lo que corresponde al denominado "Rappi antojo", se tiene que en este caso el consumidor, a través de dicho servicio puede solicitar cualquier tipo de producto y en este caso, la investigada no cobra el denominado uso y alquiler de la plataforma, toda vez que indicó en el escrito de respuesta radicado con el número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, que no habían aliados comerciales en este tipo de servicios, en ese sentido, es ésta la que ofrece a los consumidores dicho servicio.

Aunado a ello y teniendo en cuenta lo esgrimido por el representante legal en su escrito identificado con el radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, así como los escritos de descargos y de alegatos de conclusión presentados por ésta, en los que se instruyó a esta Autoridad frente a dicho servicio, se encuentra que está establecido que el "Rappi Antojo" es ofrecido a través de su plataforma, bien a través de su página web o mediante su aplicativo móvil.

No obstante y contrario a lo afirmado por la investigada en sus escritos de defensa, se tiene que con base en la información que reposa en el plenario, ésta percibe un ingreso directo por el referido "Rappi antojo", situación que escapa del ámbito de un simple portal de contacto y la coloca en la esfera de un portal de comercio electrónico, toda vez que a través de su página web o de su aplicativo móvil se realizan operaciones mercantiles concertadas mediante el intercambio de mensajes de datos cursados telemáticamente entre ésta y los consumidores para la comercialización de productos y servicios, con el *plus* para el usuario que bajo esta modalidad, puede solicitar lo que éste desee y que esté disponible en el mercado.

Lo anterior, encuentra sustento en el documento que ésta misma allegó a través del consecutivo número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, correspondiente a los estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2018, mediante el cual se explicó frente a los "antojos", lo siguiente:

"(...) este servicio se presenta cuando el usuario del APP Rappi no encuentra el producto que desea en el APP y entra por una sección llamada 'antojos', escribe el producto que desea y donde se puede comprar, el Rappitendero procede a comprarlo en la tienda mencionada por el usuario que puede o no ser aliado de Rappi y lo entrega al usuario.

El valor cobrado es un porcentaje sobre el valor del producto comprado el cual ha sido previamente aceptado por el usuario al momento de hacer el pedido por el APP. Este porcentaje de cobro se establece por Rappi de forma autónoma y puede ser modificado en cualquier momento. (Subrayado fuera de texto).

Aunado a lo anterior, se pudo advertir igualmente que el representante legal de la investigada en su escrito radicado con el número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, allegó frente al referido "Rappi Antojo", las siguientes facturas que fueron expedidas por ésta y en las que se evidencia el cobro correspondiente a dicho servicio a los usuarios, así:

“Por la cual se decide una actuación administrativa”



RAPPI S.A.S.
NIT. 900.843.898-9 REGIMEN COMUN
 Actividad Económica 6201 Tarifa ICA 9,66 x Mil
 No somos Autorretenedores - No somos Grandes Contribuyentes
 CALLE 93 No. 19 - 58 BOGOTA D.C.
 Teléfonos: 7463711 7457562 Web: www.rappi.com
 Facturación impresa por computador (Art.617 E.T. Y Decreto 1165/1996 Art. 13)
 Agente retenedor de impuesto a las ventas al régimen simplificado
 Resolución DIAN 18762008222780 de Mayo 15 de 2018 del No. 21.769 AL No. 31.893
 Con vigencia de 18 Meses

“RAPPI S.A.S.
 NIT. 900.843.898-9
 REGIMEN COMÚN”

Cilente	USUARIOS	FACTURA DE VENTA No. 27404
Nit.	123456789 6	
Dirección	CL 93 19 58	
Ciudad	Bogota D.C.	
Teléfono	7463711	

“FACTURA DE VENTA No. 27404
 Fecha Factura 28 de septiembre de 2018

Fecha Vencimiento 28 de septiembre de 2018

Forma de pago crédito”

Favor efectuar pago en la cuenta de ahorros 006270646667 Banco Davivienda a nombre de RAPPI SAS o emitir cheque a nombre de RAPPI SAS con restricción de pago al primer beneficiario. Agradecemos enviar soporte del pago al correo leidy.careno@rappi.com

Item	Descripción	Cantidad	U Medida	Valor Unitario	IVA	Total
1	RAPPIPRIME SEPTIEMBRE 2018	1	Und.	207.583.297	0%	207.583.297
2	MARKUP SEPTIEMBRE 2018	1	Und.	351.968.079	0%	351.968.079
3	ANTOJOS SEPTIEMBRE 2018	1	Und.	267.557.561	0%	267.557.561

“ANTOJOS SEPTIEMBRE 2018”
 1 Und. 267.557.561 (...).”

“Cliente USUARIOS
 Nit. (...)
 Dirección
 Ciudad
 Teléfono (...).”

Periodo	Nº Orden	SUBTOTAL	827.108.937
Campaña	Recibo No.	DESCUENTO	0
Tipo Medio	Marca	IVA	0
Medio	Aliado	RETEFUENTE	0
Producto	Dirección	RETEVA	0
Cilente	Teléfono	RETEICA	0
Nit	Ciudad	TOTAL FACTURA	827.108.937
Pauta		OCHOCIENTOS VEINTISIETE MILLONES CIENTO OCHO MIL NOVECIENTOS TREINTA Y SIETE PESOS MICTE	
Presupuesto			

El Comprador firma esta Factura de Venta en señal de aceptación y de haber recibido real y materialmente la mercancía y/o el servicio a entera satisfacción.

Empresa: _____ Recibido Por: _____

"Por la cual se decide una actuación administrativa"



RAPPI S.A.S.
NIT. 900.843.898-9 REGIMEN COMUN
 Actividad Económica 6201 Tarifa ICA 9,66 x Mil
 No somos Autorretenedores - No somos Grandes Contribuyentes
 CALLE 93 No. 19 - 58 BOGOTÁ D.C.
 Telefonos: 7463711 7457562 Web: www.rappi.com
 Facturación impresa por computador (Art.617 E.T. Y Decreto 1165/1996 Art. 13)
 Agente retenedor de impuesto a las ventas al régimen simplificado
 Resolución DIAN 16762008222780 de Mayo 15 de 2018 del No. 21.769 AL No. 31.893
 Con vigencia de 18 Meses

"RAPPI S.A.S.
 NIT. 900.843.898-9
 RÉGIMEN COMUN"

Cliente	USUARIOS	FACTURA DE VENTA No. 27121
Nit.	123456789 6	
Dirección	CL 93 19 58	
Ciudad	Bogotá D.C.	
Teléfono	7463711	

"FACTURA DE VENTA No. 27121
 Fecha factura 31 de agosto de 2018
 Fecha vencimiento 31 de agosto de 2018
 Forma de pago crédito prime"

Favor efectuar pago en la cuenta de ahorros 006270646667 Banco Davivienda a nombre de RAPPI SAS o emitir cheque a nombre de RAPPI SAS con restricción de pago al primer beneficiario. Agradecemos el valor soporte del pago al correo leidy.carreno@rappi.com

Item	Descripción	Cantidad	U Medida	Valor Unitario	IVA	Total
1	RAPPIPRIME MES DE AGOSTO	1	Und.	405.067.712	0%	405.067.712
2	RAPPIPRIME BIMESTRAL	1	Und.	22.668.744	0%	22.668.744
3	RAPPIPRIME ANUAL	1	Und.	309.998.304	0%	309.998.304
4	MARKUP AGOSTO 2018	1	Und.	197.915.300	0%	197.915.300
5	ANTOJOS AGOSTO 2018	1	Und.	399.830.958	0%	399.830.958
SUBTOTAL						1.335.481.018
DESCUENTO						0
IVA						0
RETEFUENTE						0
RETEIVA						0
RETEICA						0
TOTAL FACTURA						1.335.481.018
MIL TRESCIENTOS TREINTA Y CINCO MILLONES CUATROCIENTOS OCHENTA Y UN MIL DIECIOCHO PESOS MICTE						

"Cliente USUARIOS
 Nit. (...)
 Dirección (...)
 Ciudad (...)
 Teléfono (...)"

"ANTOJOS AGOSTO 2018 1
 Und. 399.830.958 (...)"

De tal manera y teniendo en cuenta lo anterior, se observa que dicho servicio es cobrado y facturado por la investigada y además, ese rubro ingresa al patrimonio de ésta, toda vez que del estado de resultados integral de los años 2018 y 2019, que se encuentra radicado dentro del consecutivo número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se advirtió el ítem "Whims" (antojo en inglés) dentro de la sección de ingresos y se reportó como valores del mismo \$2.430.079.097 para el año 2018 y \$2.325.290.101 para el año 2019; en ese sentido, se evidencia que ésta no sólo contacta a los sujetos intervinientes que ha mencionado a lo largo de su defensa, sino que en este caso, ofrece un servicio específico y participa económicamente de las transacciones que se realicen en su plataforma, pues obtiene utilidades por el éxito de una operación de consumo en la modalidad del "Rappi antojo".

En ese sentido, los argumentos esgrimidos por la investigada frente a este aspecto no pueden ser acogidos, ya que si bien hay un contacto entre los usuarios y los *Rappitenderos*, ésta ofrece el servicio sin intervención de un aliado comercial y tiene una injerencia directa de tipo pecuniario respecto de la operación de consumo adelantada a través de su plataforma, tal y como se evidenció de sus estados financieros y, por ende, en este caso, actúa como un proveedor habitual de servicios con un ánimo de lucro, mediante el empleo de una plataforma de comercio electrónico.

41.1.2.3.3.2. Frente a los ingresos provenientes del servicio "Rappifavor":

Por otra parte y en lo que tiene que ver con el denominado "Rappifavor", se pudo advertir del documento denominado "términos y condiciones de uso de la plataforma Rappi", que si bien este es uno de los servicios que ofrece el sujeto pasivo a través de la plataforma y que dicha situación fue corroborada a través del escrito que allegó la investigada mediante el radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018 y a través de las visitas de inspección administrativa radicadas con los consecutivos números 18-256766-3 y 18-256766-4 y que fueron expuestas en las imágenes N° 12, 15, 16 y 18 de este acto administrativo y del que se advirtió de la imagen N° 12 el cobro de una tarifa

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

base, no obra soporte en el plenario que permita establecer si a través del mismo, la investigada obtiene o no una utilidad económica.

41.1.2.3.3.3. Frente a los ingresos provenientes del servicio “RappiCash”:

Ahora bien, en lo que corresponde al servicio referido como “Rappicash”, se tiene que el mismo no se encuentra establecido en el documento denominado “*términos y condiciones de uso de la plataforma Rappi*”; no obstante, el representante legal a través de su escrito radicado con el número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, lo señaló como uno de los servicios que se encuentran en la plataforma. Así y teniendo en cuenta lo anterior, el mismo se caracteriza porque el consumidor a través de éste busca satisfacer una necesidad particular, esto es obtener a domicilio dinero en efectivo.

Así y de acuerdo con los escritos de defensa de la investigada, se tiene que el usuario que hace uso de dicho servicio, debe pagarlo mediante un medio electrónico, bien sea tarjeta de crédito o débito y el dinero en efectivo que llega a manos del consumidor sale de una cuenta bancaria de propiedad de la investigada.

De tal manera, se tiene que en este caso la investigada ofrece el servicio denominado “RappiCash” y entra en un contacto directo con el consumidor, por lo que contrario a lo afirmado por ésta en sus escritos de defensa, en este caso, se observa igualmente que, no solo contacta a unos sujetos intervinientes a través de su plataforma, si no que se reputa como un proveedor de un bien, como lo es el dinero y que es solicitado bien a través de su página web o a través de su aplicativo móvil.

Aunado a lo anterior y contrario a lo también afirmado por la investigada, acerca de que es independiente de todos los sujetos que intervienen en la plataforma y que no produce o provee bienes, es claro en este caso, que la relación que establece el consumidor es con el sujeto pasivo de esta actuación, máxime si se tiene en cuenta que, al revisar los documentos correspondientes a los estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2018 y el estado de resultados integral para el periodo del 1 de enero al 31 de julio de los años 2018 y 2019, que se encuentran radicados con el número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se advirtió que éste es un ingreso que hace parte del patrimonio de la investigada y que fue reportado como un ingreso operacional, es decir producto de la actividad económica principal de la compañía, por lo que para el primer semestre del año 2019, ésta por el servicio reportó un ingreso correspondiente a \$961.802.369.

En ese sentido y visto lo anterior, se tiene que en este caso la sociedad investigada participa económicamente de las transacciones que se realizan en su plataforma cuando se hace uso de dicho servicio, pues obtiene utilidades por el éxito de las operaciones de consumo, esto es, obtiene beneficios pecuniarios por la concreción de operaciones mercantiles surtidas en virtud de dicho servicio y, por ende, en este caso, actúa como un proveedor habitual de servicios con un ánimo de lucro, mediante el empleo de una plataforma de comercio electrónico.

41.1.2.3.3.4. Frente a los ingresos provenientes del servicio “RappiPrime”:

Por otro lado y en lo que corresponde a la membresía “RappiPrime”, la investigada a lo largo de esta actuación ha manifestado que es el “*único servicio*” que comercializa. Frente al particular, se pudo observar del documento denominado “*términos y condiciones de uso de plataforma RAPPi*”, que fue allegado mediante el consecutivo número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, que en el mismo no se hizo alusión a dicho servicio. No obstante y de acuerdo con lo que manifestó el representante legal y la imagen N° 19 de este acto administrativo, se pudo establecer que efectivamente dicho servicio se encuentra dispuesto en la plataforma de la investigada. Asimismo y observada la imagen en mención, se pudo establecer que el sujeto pasivo ofrecía de forma directa este servicio mediante diversas modalidades, entre ellas, la mensual.

Ahora bien, en lo que corresponde a dicho servicio esta Dirección advirtió que el representante legal suplente de la investigada en su declaración de parte llevada a cabo el 9 de enero de 2020 y cuyo soporte se encuentra dentro del plenario radicado mediante el consecutivo número 18-256766-61, manifestó frente al mismo, lo siguiente:

Pregunta apoderado de la investigada: “Usted nos hablaba en alguna respuesta de estrategias publicitarias propias dirigidas a un consumidor para que descargue la aplicación, a mí me gustaría que usted nos explicara doctor Diego qué producto comercializa Rappi a los usuarios, porque hay propio y porque hay terceros”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Respuesta: “El producto que comercializa Rappi es un servicio de tecnología, ¿para qué? para los aliados comerciales, para que puedan exhibir sus productos y que esos sirvan de referencia al consumidor, y por el otro lado están los aliados comerciales quienes comercializan los productos, como les decía digamos el corral es el que comercializa la hamburguesa, la coca cola, las papas y la malteada, Adidas, es quien comercializa los zapatos, busos chaquetas, etc., Rappi no comercializa ningún tipo de producto, el único producto adicional que comercializa Rappi aparte del servicio de tecnología para los aliados comerciales es la membresía de Rappi prime que es lo que se le ofrece al consumidor, que es que básicamente pueda tener las ehmm (...) por pagar una membresía mensual o anual existen las dos opciones, ehmmm es a través de esa membresía que es el único producto que comercializa directamente Rappi al consumidor, estos puedan acceder a ciertos tipos de beneficios que son una variedad de beneficios que les facilitan un poco más la vida y el uso de la plataforma. pero algo que me parece importante de la pregunta del doctor Alejandro es que nosotros no comercializamos la hamburguesa, ni las coca colas, ni la pizza, ni el mercado del vecino, eso digamos lo comercializa el Éxito, nosotros no tenemos nada que ver ahí, nosotros al aliado comercial como les digo y para dejarlo claro, le comercializamos un espacio en una plataforma y al usuario le comercializamos la membresía de Rappi prime, básicamente eso es, de resto nosotros no comercializamos ningún otro tipo de producto, por eso digamos nosotros insistimos en que somos una plataforma de contacto”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 15: 20 en adelante).

Frente al particular, este Despacho debe indicar en primera medida, que tal y como quedó establecido anteriormente, la investigada obtiene unos ingresos derivados de las ventas que realizan sus aliados comerciales, por lo que la rentabilidad de esta aumenta en la medida en que se ejecuten operaciones de consumo. En ese sentido, no es que ésta tenga necesariamente que comercializar de manera directa los productos que el representante legal suplente trajo a modo de ejemplo, para reputarse como un proveedor de bienes y/o servicios.

En segunda medida y en lo correspondiente a que no comercializa ningún tipo de servicio diferente al “RappiPrime”, este Despacho debe advertir del análisis realizado en los párrafos anteriores, que existen servicios en donde ésta tiene un contacto directo con el consumidor y éste celebra la relación de consumo con aquél y, por ello, percibe unos ingresos que hacen parte de su patrimonio, tal y como se advirtió de los estados financieros que el mismo sujeto pasivo aportó en el curso de este procedimiento administrativo sancionatorio.

En tercera medida y en lo referente al servicio “RappiPrime”, se tiene de lo declarado, que el mismo consiste en una membresía que puede ser mensual tal y como se advirtió de la imagen N° 19 de este acto administrativo, pero que también puede ser anual, circunstancia igualmente respaldada con los cuatro (4) archivos en formato Excel correspondientes al cobro de dicho servicio efectuado entre los meses de junio y julio de 2019, septiembre y octubre de 2018 a diversos consumidores, que se encuentran dentro del radicado número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020 y de los que se evidenciaron efectivamente dichas modalidades.

Ahora, debe destacarse que el representante legal en su declaración de parte, no indicó en qué consistía la misma, ya que solo aludió a que tenía una serie de beneficios para los consumidores; no obstante, al revisar la certificación referida como “registros en la contabilidad de Rappi S.A.S.”, que se encuentra dentro del plenario mediante el consecutivo N° 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se advirtió que éste era una suscripción y que correspondía a un ingreso en su contabilidad, así:

“Rappi Prime:

Los valores recibos (sic) por este concepto son registrados dentro de la contabilidad de la sociedad Rappi S.A.S., en el ingreso. Lo anterior, puesto que corresponde al pago de una suscripción a través de la cual el usuario recibe algunos beneficios en el uso de la plataforma de contacto. Dicho valor es facturado por la sociedad Rappi S.A.S., quien lo registra en su contabilidad como un ingreso”.

Aunado a lo anterior, al revisar los estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2018, que se encuentran radicados con el número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se observó que la investigada indicó que este era un ingreso y que el mismo correspondía a:

“una suscripción que realiza el usuario por un valor mensual, trimestral, anual u otra periodicidad; y pretende dar la opción al usuario de no pagar el costo del servicio cobrado por el Rappitendero (Domicilio) si el pago de los productos comprados cumplen las siguientes reglas:

a. Que el pago se haga mediante tarjeta de crédito.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

b. El valor de los productos comprados superen cierto monto mínimo.

Estas condiciones pueden cambiar, ser aumentadas o disminuidas según el criterio de la compañía. El cobro se hace directamente al usuario del APP Rappi quien se convierte en cliente de la compañía”.

Del mismo modo, se pudo advertir igualmente que el representante legal de la investigada en su escrito radicado con el número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, allegó frente al referido “RappiPrime”, las facturas que fueron expedidas anteriormente y en las que se evidenció el cobro correspondiente a dicho servicio y que el mismo podía ser cobrado bajo diversas modalidades como mensual, bimensual o anual, tal y como se vuelve a traer a colación, así:

Imagen N° 22 (factura allegada por la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)



RAPPI S.A.S.
NIT. 900.843.898-9 REGIMEN COMUN

“RAPPI S.A.S.
 NIT. 900.843.898-9
 RÉGIMEN COMÚN”

Actividad Económica 6201 Tarifa ICA 9,66 x Mil
 No somos Autorretenedores - No somos Grandes Contribuyentes
 CALLE 93 No. 19 - 58 BOGOTÁ D.C.
 Teléfonos: 7463711 7457562 Web: www.rappi.com
 Facturación impresa por computador (Art.617 E.T. Y Decreto 1165/1996 Art. 13)
 Agente retenedor de impuesto a las ventas al régimen simplificado
 Resolución DIAN 18762008222780 de Mayo 15 de 2018 del No. 21.769 AL No. 31.893
 Con vigencia de 18 Meses

Cliente	USUARIOS
NIT.	123456789 6
Dirección	CL 93 19 58
Ciudad	Bogotá D.C.
Teléfono	7463711

FACTURA DE VENTA No.	
27121	
Fecha Factura	31 de agosto de 2018
Fecha Vencimiento	31 de agosto de 2018
Forma de Pago	Credito Prime

“FACTURA DE VENTA No. 27121
 Fecha factura 31 de agosto de 2018
 Fecha vencimiento 31 de agosto de 2018
 Forma de pago crédito prime”

Favor efectuar pago en la cuenta de ahorros 006270646667 Banco Davivienda a nombre de RAPPI SAS o emitir cheque a nombre de RAPPI SAS con restricción de pago al primer beneficiario. Agradecemos el valor soporte del pago al correo leidy.careno@rappi.com

Item	Descripción	Cantidad	U Medida	Valor Unitario	I.V.A	Total
1	RAPPIMES MES DE AGOSTO	1	Und.	405.067.712	0%	405.067.712
2	RAPPIMES BIMESTRAL	1	Und.	22.668.744	0%	22.668.744
3	RAPPIMES ANUAL	1	Und.	309.998.304	0%	309.998.304
4	MARKUP AGOSTO 2018	1	Und.	197.915.300	0%	197.915.300
5	ANTOJOS AGOSTO 2018	1	Und.	399.830.958	0%	399.830.958
SUBTOTAL						1.335.481.018
DESCUENTO						0
IVA						0
RETEFUENTE						0
RETEIVA						0
RETEICA						0
TOTAL FACTURA						1.335.481.018
MIL TRESCIENTOS TREINTA Y CINCO MILLONES CUATROCIENTOS OCHENTA Y UN MIL DIECIOCHO PESOS MICTE						

Periodo
 Campaña
 Tipo Medio
 Medio
 Producto
 Cliente

Nº Orden
 Recibo No.
 Marca
 Aliado
 Dirección
 Teléfono
 Ciudad

“Cliente USUARIOS
 Nit. (...)
 Dirección (...)
 Ciudad (...)
 Teléfono (...).”

“RAPPIMES MES DE AGOSTO 1 Und. 405.067.712 (...)

RAPPIMES BIMESTRAL 1 Und. 22.668.774 (...)

RAPPIMES ANUAL 1 Und. 309.998.304 (...)

El Comprador firma esta Factura de Venta en señal de aceptación y de haber recibido real y materialmente la mercancía y/o el servicio a entera satisfacción.

Empresa: _____ Recibido Por: _____

Software WORLD OFFICE Nit.900534356-3 Telefono: 7956555 Bogotá (Colombia) www.worldoffice.com.co

De lo anteriormente expuesto, se observa que dicho servicio está intrínsecamente relacionado con las operaciones de consumo que se realizan en la plataforma de la investigada, en ese orden y si se cumplen las condiciones aludidas, el cobro por dicha membresía se lo hace la investigada al consumidor y éste se convierte en un cliente del sujeto pasivo, tal y como se advierte de la factura anterior.

En ese sentido, se evidencia que al igual que los anteriores casos, la investigada se reputa como un proveedor de un servicio que se encuentra intrínsecamente relacionado con las operaciones de consumo que se desarrollan en su plataforma, por lo que ésta escapa con sus conductas en el mercado del ámbito de un portal de contacto y obtiene utilidades por el éxito de las operaciones de consumo que se desarrollen, toda vez que, les cobra a los consumidores un valor mensual, bimensual, trimestral, anual, etc., que suple lo que tendrían que pagar por el domicilio de lo que solicitan a través de su página web o aplicativo móvil.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

De esta manera, esta Dirección le haya la razón a la investigada respecto de que sí comercializa dicho servicio, pero no acoge sus argumentos respecto de que es el único servicio que ofrece, ya que como se ha visto, dicha situación no es cierta.

Finalmente y respecto de dicho servicio, resulta importante poner de presente que los rubros percibidos por la investigada por el mismo resultan ser considerables, toda vez que al revisar los documentos correspondientes a los estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2018 y el estado de resultados integral para el periodo del 1 de enero al 31 de julio de los años 2018 y 2019, que se encuentran radicados con el número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se advirtió que para el periodo comprendido entre el 1 de enero al 31 de julio de 2018, ésta tuvo ingresos por dicho concepto correspondientes a \$2.712.637.862 y para el lapso del 1 de enero al 31 de julio de 2019, por valor de \$6.268.091.64. Asimismo, para el año 2018 tuvo ingresos operacionales derivados del “*RappiPrime*”, por un monto total de \$4.616.926.

41.1.2.3.4. Otros ingresos provenientes de servicios ofrecidos por la investigada:

Por otro lado, esta Dirección también advirtió de los estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2018 y el estado de resultados integral para el periodo del 1 de enero al 31 de julio de los años 2018 y 2019, que se encuentran radicados con el número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, que la investigada dentro de su modelo de negocio percibió ingresos aparte de los conceptos antes expuestos, estos son, en virtud de los acuerdos de cooperación y colaboración que suscribe con establecimientos de comercio como lo son los restaurantes, los CPG's (*Consumer packaged goods*), el “*Mark Up*”, “*Rappi Antojo*”, “*Rappi Cash*” y “*RappiPrime*”, que también obtiene unas ganancias derivadas de la plataforma por el concepto de “*otras alianzas*”, “*sampling*” y “*marcas*”.

Así, la investigada indicó frente a estos en el documento en mención, lo siguiente:

(...) marcas: este servicio consiste en negociaciones específicas con los aliados con los cuales en su mayoría consisten en publicidad de la APP de Rappi, venta de data, business intelligence, posicionamiento y ventas a través de la plataforma Rappi. El ingreso es reconocido según el grado de avance del servicio contratado el cual se establece según:

- a. Lo mencionado en el contrato.
- b. Lo mencionado en la orden de compra y/o
- c. La ejecución que Rappi haga sobre el servicio contratado.

Sampling: Este servicio corresponde a la entrega y distribución de productos que el aliado quiere obsequiar a los usuarios de la APP Rappi por medio del canal de Rappitenderos que estén activos en su plataforma. Las condiciones de esta distribución se establecen en la negociación comercial y por lo general se da a través de la autonomía de Rappi en la selección de usuarios o reglas establecidas con el aliado de acuerdo al tipo de usuarios a los que el aliado quiere obsequiar sus productos. El cobro o valor de este servicio se establece en la negociación comercial y por regla general es un precio fijo por producto entregado a los usuarios.

Otras alianzas: es el comercio que no está dentro de las anteriores categorías, entre ellos, plomería, belleza, tecnología, alianzas bancarias, entre otros. Por lo general se manejan los siguientes tipos de servicios:

- a. *El mismo concepto que el de restaurantes, y*
- b. *Servicios que pretende dar el aliado a usuarios pagados por el aliado y prestados por Rappi”. (Negrilla y subrayado fuera de texto).*

Aunado a lo anterior y al observar el estado de resultados integral de la investigada, se advirtió que dichos conceptos se encuentran dentro de lo correspondiente a ingresos; por lo que para “*marcas*” ésta obtuvo para el primer semestre del año 2018 un ingreso correspondiente a \$3.899.985.166 y para el primer semestre del año 2019 un valor de \$10.764.054.852; asimismo, para el “*sampling*” en el primer semestre del año 2018 obtuvo ingresos por valor de \$1.027.056.161 y para el primer semestre del año 2019 por un monto de \$649.552.064 y respecto de “*otras alianzas*”, se observó que para el mismo lapso del año 2018 se reportó un valor \$7.765.055.651 y para el 2019 de \$13.639.981.152.

Así las cosas y aunque el tema de la publicidad se abordará de manera posterior dentro de este acto administrativo, se puede advertir, que la investigada percibe por dicho concepto proveniente de lo que se ejecuta en su plataforma, un ingreso que incrementa su patrimonio. Circunstancias igualmente predicables de los otros servicios antes relacionados.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Ahora bien, en lo que corresponde al argumento de la investigada en sus escritos de defensa, acerca de que esta Autoridad no es legislador ni juez y que no hay una norma que señale cómo se debe establecer la contraprestación de los servicios de un portal de contacto y que inferir a partir de la forma que eligió *Rappi* para establecerla, que éste es un comercio electrónico, escapa absolutamente del alcance de la ley y de las competencias de esta Dirección (extralimitación de funciones), se le debe indicar que el análisis aquí realizado, parte de la aplicación de la disposiciones contenidas en la Ley 1480, las cuales definen, a partir de la participación o actuar de las partes en las relaciones de consumo, la calidad que ostentan dentro de la misma y en esa medida la responsabilidad que les corresponde, pues es al operador administrativo a quien le corresponde aplicar las normas al caso concreto sin que dicha circunstancia constituya una situación arbitrarias o ilegal que desborde el ámbito de competencias de esta Autoridad.

De tal manera, esta Dirección es enfática en señalar que si bien en la Resolución N° 40212 de 28 de agosto de 2019 “*por la cual se imparte una orden administrativa*”, se indicó que la investigada era un portal de comercio electrónico y la investigada alegó en su defensa que no lo era y que por el contrario, su modelo de negocio correspondía a un portal de contacto, la labor de esta Autoridad para decidir el presente procedimiento administrativo sancionatorio, se circunscribe a determinar las presuntas infracciones que fueron imputadas en el pliego de cargos, mediante el adelantamiento de una investigación administrativa ceñida a los principios de legalidad, seguridad jurídica, integridad y coherencia¹⁹.

En ese sentido, esta Dirección en ejercicio de las facultades que le fueron otorgadas tanto por el Estatuto del Consumidor, como por el Decreto 4886 de 2011, parte en este caso de los conceptos legales de los portales de contacto y comercio electrónico para establecer a partir de un análisis de los elementos probatorios que reposan en el plenario, se encuentra inmerso en algunas de las infracciones contempladas por el legislador en el Estatuto del Consumidor.

Igualmente, resulta conveniente recordar, que no fue mediante la Resolución N° 40212 de 28 de agosto de 2019 “*por la cual se imparte una orden administrativa*”, en la que se indicó o definió que la investigada era un portal de comercio electrónico, pues con anterioridad, en el marco de otra investigación administrativa (radicado 15-238747) se le imputaron infracciones propias de la calidad de proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico, condición que no fue cuestionada en ningún momento por el sujeto pasivo de esta actuación, en ninguna de las etapas de dicho proceso administrativo. Así mismo, tal como se explicará más adelante, la investigada ha concurrido en varias oportunidades ante la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales, como demandado en ejercicio de las acciones de protección al consumidor, procesos en los que se ratificó dicha legitimación por pasiva, mediante sentencias en las que se ha determinado su vulneración a los derechos de los consumidores en calidad de proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico.

Así y teniendo en cuenta lo anterior, se tiene que de lo evidenciado hasta este punto de la actuación, que la investigada puede escoger libremente la forma en que se dé la contraprestación de sus servicios, ya que esta no es una cuestión objeto de debate, lo que aquí se cuestiona es que ésta se abrogue una calidad de portal de contacto, que se encuentra en entredicho, ya que como se ha expuesto a lo largo de este acápite, sus ingresos económicos no provienen de actuar como un portal de contacto, sino que ésta obtiene ingresos por la prestación de servicios de los que se reputa como un proveedor habitual que ofrece productos y servicios con un ánimo de lucro a través de su página web o mediante su aplicativo móvil; por ello, el estudio de la calidad del sujeto pasivo en el mercado colombiano, a partir de los ingresos que ésta obtiene por las operaciones concertadas que se desarrollan en su plataforma, de ninguna manera puede ser considerado como algo que desborde el ámbito de competencias de esta Autoridad ni que esté por fuera de los parámetros legales contemplados en el Estatuto del Consumidor.

Como consecuencia de lo anterior, esta Dirección no puede acoger los argumentos de la investigada ni tampoco las manifestaciones concernientes a que se incurre en una falacia lógica de causalidad falsa, porque el estudio de los ingresos percibidos por ésta, no es un supuesto que esté previsto en la norma para caracterizar a un comercio electrónico, ya que como se expuso, el legislador en virtud de su libertad de configuración normativa contempló ambas nociones con unas características esenciales que son aplicables a la realidad mediante un ejercicio de interpretación, acogida a los parámetros legales y probatorios del caso, por lo que contrario a lo afirmado, lo correspondiente a establecer si la investigada es o no un portal de contacto a través de los servicios ofrecidos en su plataforma y de los ingresos obtenidos por ello, si es un elemento que resulta determinante y oportuno para delimitar su

¹⁹ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-1260 de 2001. Expediente D-3569. Magistrado Ponente: Uprinmy Yepes, Rodrigo.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

calidad en el mercado colombiano, máxime si se tiene en cuenta que la norma, parte de la premisa jurídica de que en el comercio electrónico se realizan actos, negocios u operaciones mercantiles²⁰.

Así y vistos los ingresos que obtiene la investigada por los anteriores servicios estudiados y que se encuentran en la plataforma a la cual acceden los consumidores, se evidencia, como bien se expuso previamente, una estructura de incentivos que este Despacho no puede desconocer, toda vez que entre mayores sean las ventas que se realicen a través de dicha plataforma, mayores serán las utilidades obtenidas por el sujeto pasivo, por lo que en este caso, es evidente con lo previamente analizado que no solo se exhiben productos y/o servicios en su página web o en su aplicativo móvil para contactar a unos sujetos intervinientes, sino que ésta participa económicamente de las transacciones que se realizan en dicha plataforma, pues obtiene utilidades por el éxito de las operaciones de consumo que allí se desarrollan.

En ese sentido y como se ha expuesto de forma reiterada en este acápite, la investigada no solo contacta a unos sujetos a través de su plataforma, sino que su rol está dirigido a concretar negocios y relaciones de consumo, pues de su efectiva realización dependen sus ganancias y por ello, ésta se reputa como un proveedor de bienes y/o servicios en el mercado colombiano.

Como consecuencia y analizado lo anterior, este Despacho no puede acoger los argumentos de la investigada expuestos en sus escritos de defensa, ya que como se vio ésta no solo percibe unos ingresos por el referido uso y alquiler de la plataforma y la membresía “RappiPrime”, sino que obtiene un lucro tanto por éstos como por otros servicios ofrecidos, que entran a hacer parte de su patrimonio.

41.1.2.4. Medios de pago de la plataforma RAPPi:

Por otra parte y como se dilucidó previamente, al examinar tanto los argumentos esgrimidos por la investigada, como los acuerdos allegados por ésta en la etapa del periodo probatorio y que fueron estudiados anteriormente, junto con el escrito de respuesta aportado mediante el radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018 y el documento anexo correspondiente a los “*términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPi*”, así como las visitas de inspección a la página web y al aplicativo móvil RAPPi, radicadas mediante los consecutivos números 18-256766-3 del 17 de julio de 2019 y 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 y la declaración de parte del representante legal suplente, cuyo soporte se encuentra radicado con el consecutivo número 18-256766-61 de 9 de enero de 2020, se encontró que de los mecanismos de pago que tiene habilitados la investigada, esta no sólo cuenta con los habituales medios de pago como son el efectivo, tarjeta de crédito y débito, sino que, adicionalmente, cuenta con un mecanismo de pago en línea a través de “PAYMENTEZ”, “PayU” y de unos “RappiCréditos” y/o “Rappi pay”.

En ese orden, esta Dirección considera oportuno traer a colación lo siguiente y que respalda lo anteriormente expuesto, así:

- Escrito de respuesta allegado por el representante legal de la investigada mediante el radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018:

En este caso, el representante legal al momento de atender el requerimiento formulado por esta Autoridad mediante los consecutivos números 18-256766-0 y 18-256766-1 del 3 de octubre de 2018, manifestó frente a la pregunta “**9. Informar cuáles son los medios de pago autorizados y allegar la información suministrada a los consumidores al respecto**”, lo siguiente:

*“Dentro de la plataforma virtual Rappi, existen diferentes medios de pago: **1) dinero en efectivo; 2) tarjeta de crédito; 3) tarjeta débito, dependiendo de la disponibilidad de Rappitenderos alrededor de la dirección seleccionada como lugar de entrega del encargo solicitado que tengan datafono; 3) RappiCréditos y; 4) RappiPay.***

En el Anexo 6, se exhiben imágenes de la creación de una orden por parte de un consumidor, donde se puede evidenciar claramente dónde el consumidor debe seleccionar el método de pago”. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

De lo anterior, se pudo establecer que la investigada informó múltiples medios de pago, tales como:

1. Efectivo.
2. Tarjeta crédito y/o débito.
3. RappiCréditos.

²⁰ CÓDIGO DE COMERCIO COLOMBIANO. Artículo 20.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

4. Rappi pay.

Así y al analizar la respuesta proporcionada por el representante legal de la investigada, esta Dirección igualmente procedió a estudiar el referido anexo 6 de dicho radicado y advirtió que el mismo correspondía a una secuencia de imágenes en las que se pudo evidenciar los pasos que debían seguir los consumidores para gestionar una orden o pedido en un restaurante y cómo después de haber hecho la selección, debían escoger el medio de pago que se emplearía para que se tramitara la orden, se celebrara el negocio y finalmente, lo solicitado llegara al destino indicado por el usuario en la plataforma, tal y como se expone a continuación:

- Anexo 6 “**imágenes proceso de creación de una orden por parte de un consumidor**”, del escrito de respuesta allegado por el representante legal de la investigada mediante el radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018:

Imagen N° 23

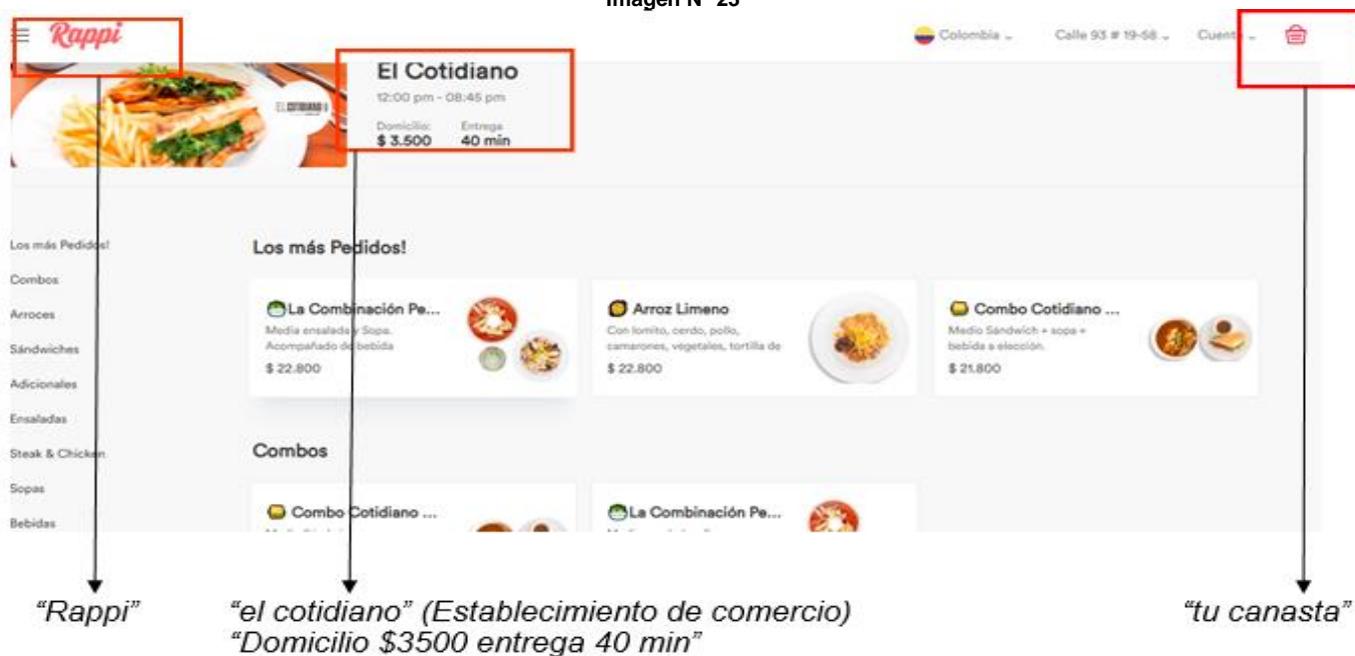


Imagen N° 24

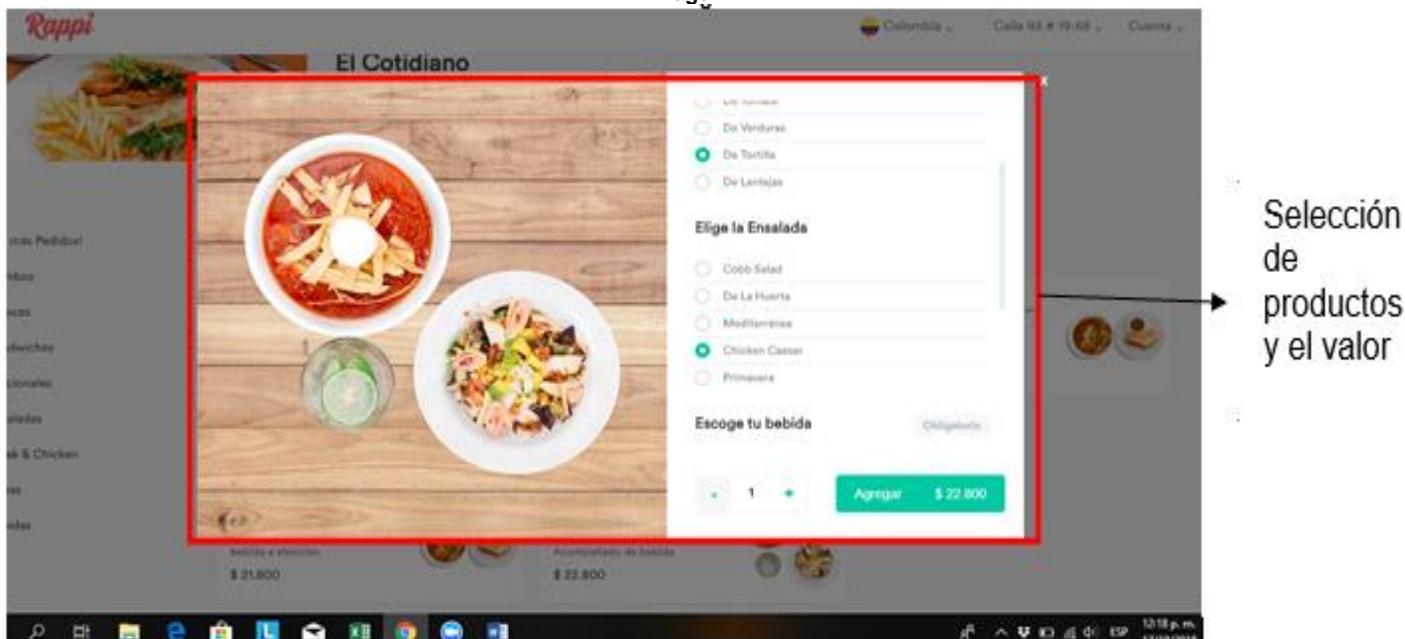
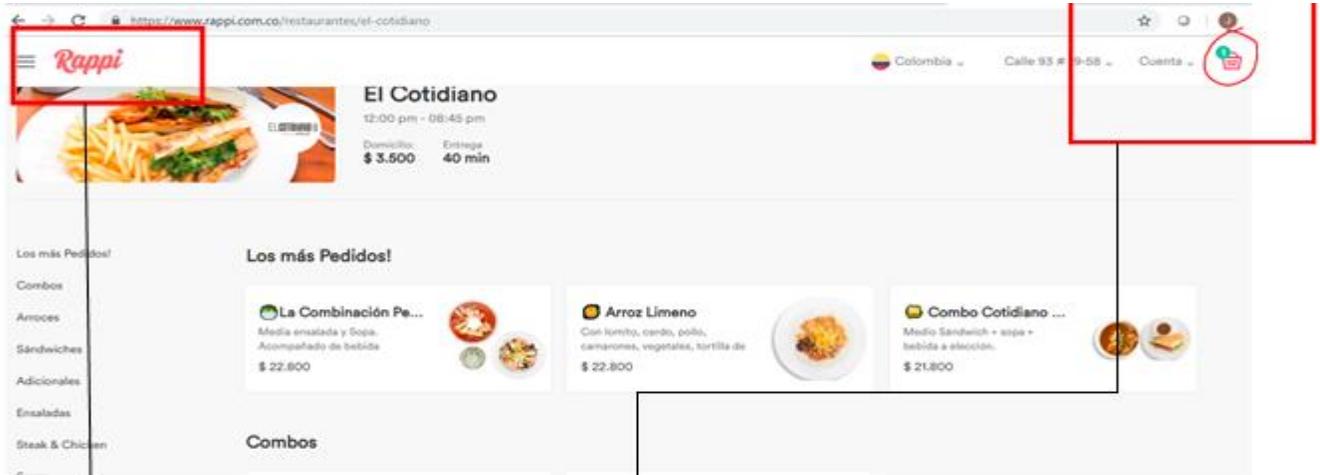


Imagen N° 25

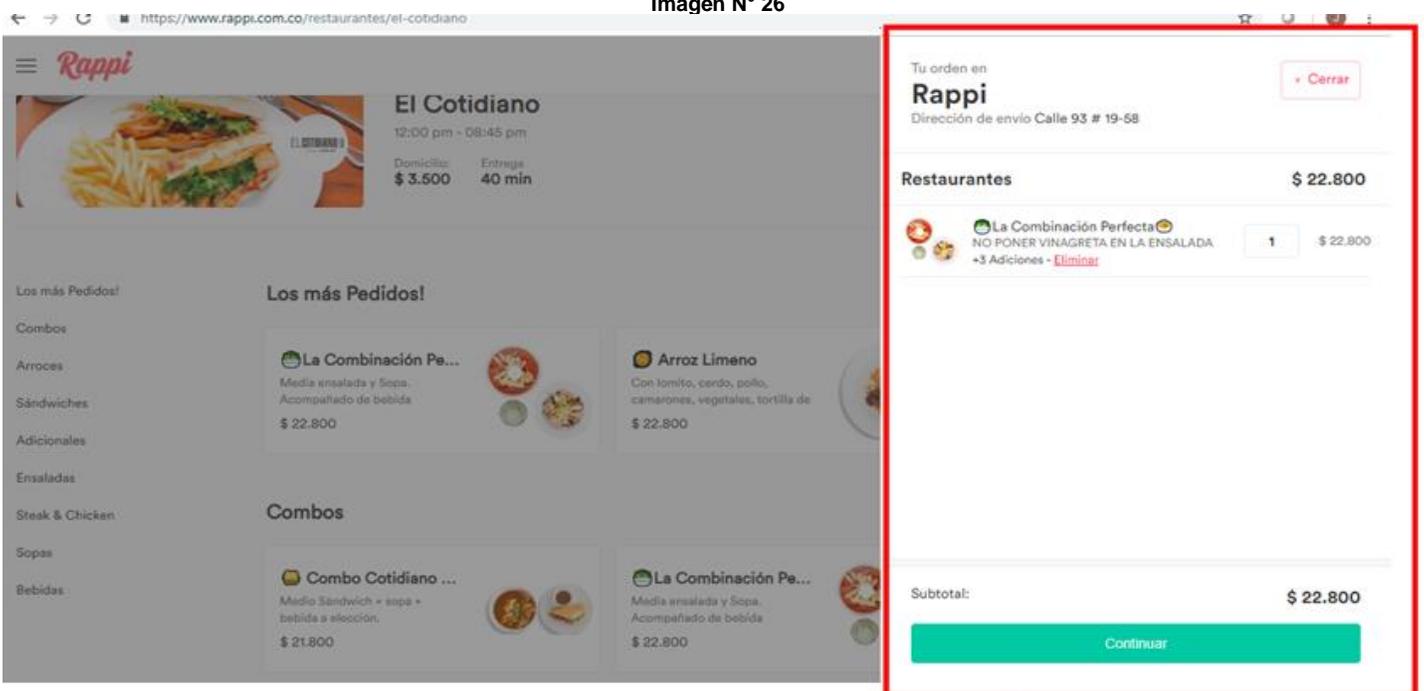
“Por la cual se decide una actuación administrativa”



“Rappi”

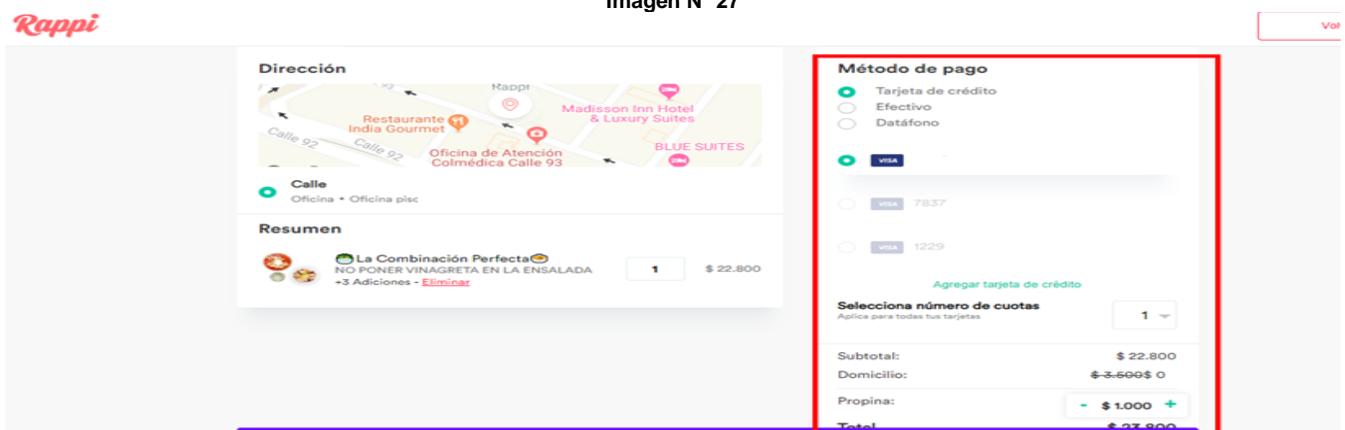
Una vez seleccionado el producto se agrega a la canasta para proceder al pago

Imagen N° 26



“Tu orden en Rappi dirección de envío
Restaurantes \$22.800
(...)
Subtotal \$22.800
Continuar”

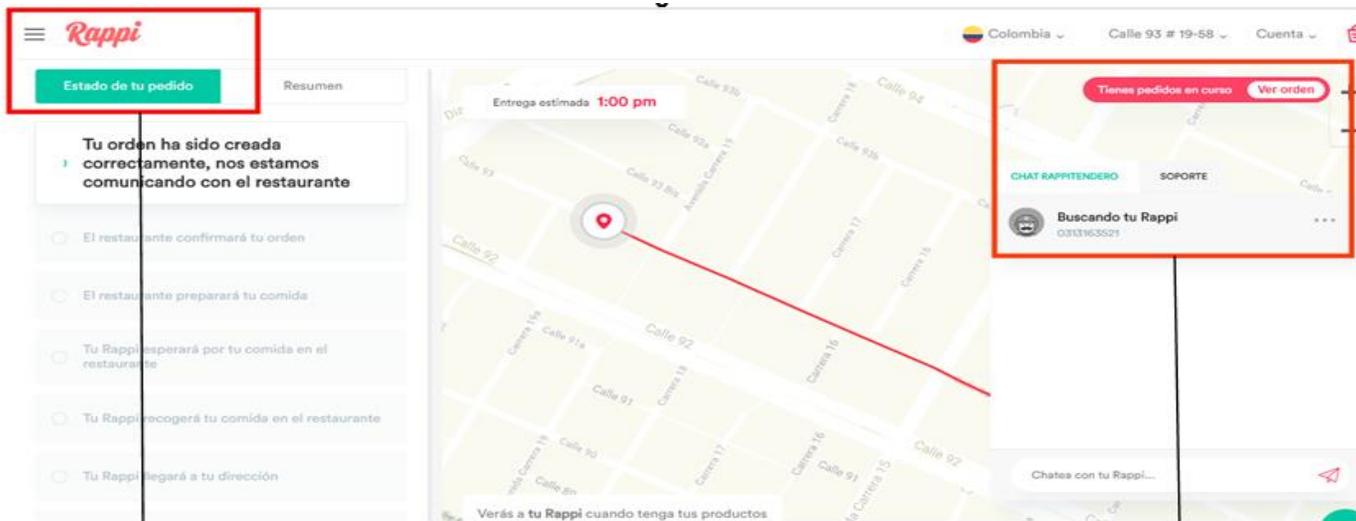
Imagen N° 27



“Método de pago
Tarjeta de crédito
Efectivo
Datafono
(...)
Subtotal: \$22.800
Domicilio: \$3500
Propina \$1.000
Total: \$23.800”.

Imagen N° 28

"Por la cual se decide una actuación administrativa"



"Rappi"

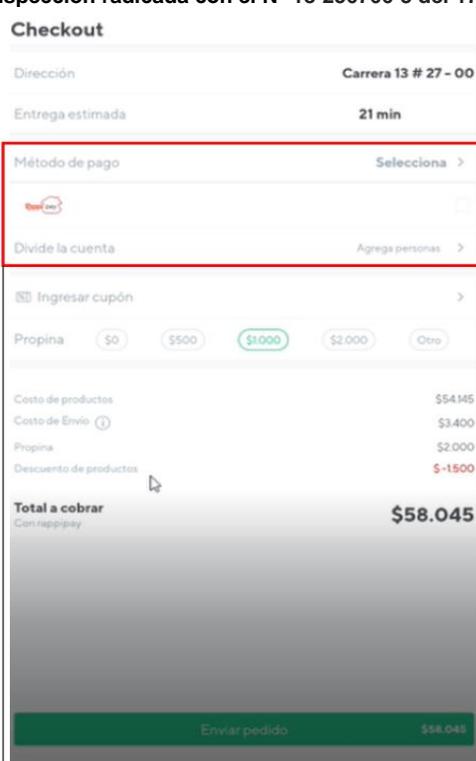
"Tienes pedidos en curso ver orden"

"Buscando tu Rappi"

Así, frente a lo anterior, debe indicarse que la investigada de manera libre, voluntaria y espontánea le informó a este Despacho a través de su escrito de respuesta junto con el anexo relacionado anteriormente, cuáles eran los medios de pago que empleaba en su plataforma, por lo que debe señalarse que, de cara a los actos propios exteriorizados por la investigada, ésta se haya obligada a aceptar las consecuencias vinculantes que se desprendan de sus actuaciones voluntarias, ya que las declaraciones realizadas por su representante legal al contestar el requerimiento de información, contienen un designio de alcance jurídico indudable, tal como se desprende del texto literal antes relacionado, por lo que en ese sentido, no se puede desconocer el efecto jurídico que se desprende de tal acto. En ese sentido, se tiene que se indicó que los medios de pago que se empleaban en el portal era el efectivo, tarjeta de crédito o débito.

Aunado a ello y teniendo en cuenta que éste también indicó la existencia de la modalidad de pago "Rappi pay", se observó de las visitas de inspección administrativa que realizó esta autoridad que fueron radicadas mediante los consecutivos números 18-256766-3 del 17 de julio de 2019 y 18-256766-4 del 26 de julio de 2019, lo que a continuación se expone:

Imagen N° 29 (Visita de inspección radicada con el N° 18-256766-3 del 17 de julio de 2019)



"Método de pago selecciona Rappi pay"

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Imagen N° 30 (Visita de inspección radicada con el N° 18-256766-3 del 17 de julio de 2019)

Centro de ayuda

No puedo utilizar mi RappiPay

Si tienes inconvenientes a la hora de usar RappiPay en el App o pagar en un establecimiento aliado a través del código QR escríbenos para que podamos ayudarte.

Adjunta una foto del producto:

Adjuntar imagen

Escribenos tu mensaje:

Escribenos aquí

Enviar

Imagen N° 31 (Visita de inspección radicada con el N° 18-256766-3 del 17 de julio de 2019- minuto 4:07)

Transforma tu vida con Rappi

Todo el mundo tiene las mismas horas al día, lo que hace la diferencia es lo que hacen con ellas. Gasta las tuyas en los que quieres, nosotros te ayudamos con lo que necesitas. #Hackeatuvida con Rappi.

En Rappi somos especialistas en cumplir tus deseos. Transforma tu vida pidiendo de todos nuestros servicios y recuerda que con RappiPrime te llevamos TODO con costo de envío GRATIS.

¿Mercado mensual?
Mismos precios que la factura y un shopper profesional compra tus productos

¿Dolor de cabeza o en apuros?
Pide por la sección de farmacia.

¿Se te olvidó algo?
Pide por la sección de RappiFavor cualquier diligencia.

¿No encuentras algún producto en Rappi?
Escribenos cualquier producto por la sección 'Lo que sea' y te lo llevamos.

¿Necesitas enviarle \$\$ a un amigo o te deben?
Utiliza RappiPay para transferencias inmediatas.

¿Necesitas efectivo?
Pide por RappiCash efectivo a domicilio.

¿Quieres seguir la rumba?

“Transforma tu vida con Rappi

Todo el mundo tiene las mismas horas al día, lo que hace la diferencia es lo que hacen con ellas. Gasta las tuyas en los que quieres, nosotros te ayudamos con lo que necesitas. #Hackeatuvida con Rappi.

En Rappi somos especialistas en cumplir tus deseos. Transforma tu vida pidiendo de todos nuestros servicios y recuerda que con RappiPrime te llevamos TODO con costo de envío GRATIS.

*¿Mercado mensual?
Mismos precios que la factura y un shopper profesional compra tus productos.*

*¿Dolor de cabeza o en apuros?
Pide por la sección farmacia.*

*¿Se te olvidó algo?
Pide por la sección de RappiFavor cualquier diligencia.*

*¿No encuentras algún producto en Rappi?
Escribenos cualquier producto por la sección 'Lo que sea' y te lo llevamos.*

**¿Necesitas enviarle \$\$ a un amigo o te deben?
Utiliza RappiPay para transferencias inmediatas**

*¿Necesitas efectivo?
Pide por RappiCash efectivo a domicilio*

¿Quieres seguir la rumba? (...). (Negrilla y subrayado fuera de texto).

De las imágenes N° 29 y 30, se advierte que en la plataforma de la investigada, los consumidores al llegar a la parte del “checkout” o de finalizar para procesar la orden, encuentran que está habilitada en la opción en el “método de pago” como “Rappi pay”.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Asimismo, se advirtió de la visita de inspección a la página web la existencia del método de pago con tarjeta de crédito o en efectivo, así:

Imagen N° 32 (Visita de inspección radicada con el N° 18-256766-4 del 26 de julio de 2019- minuto 23:24)

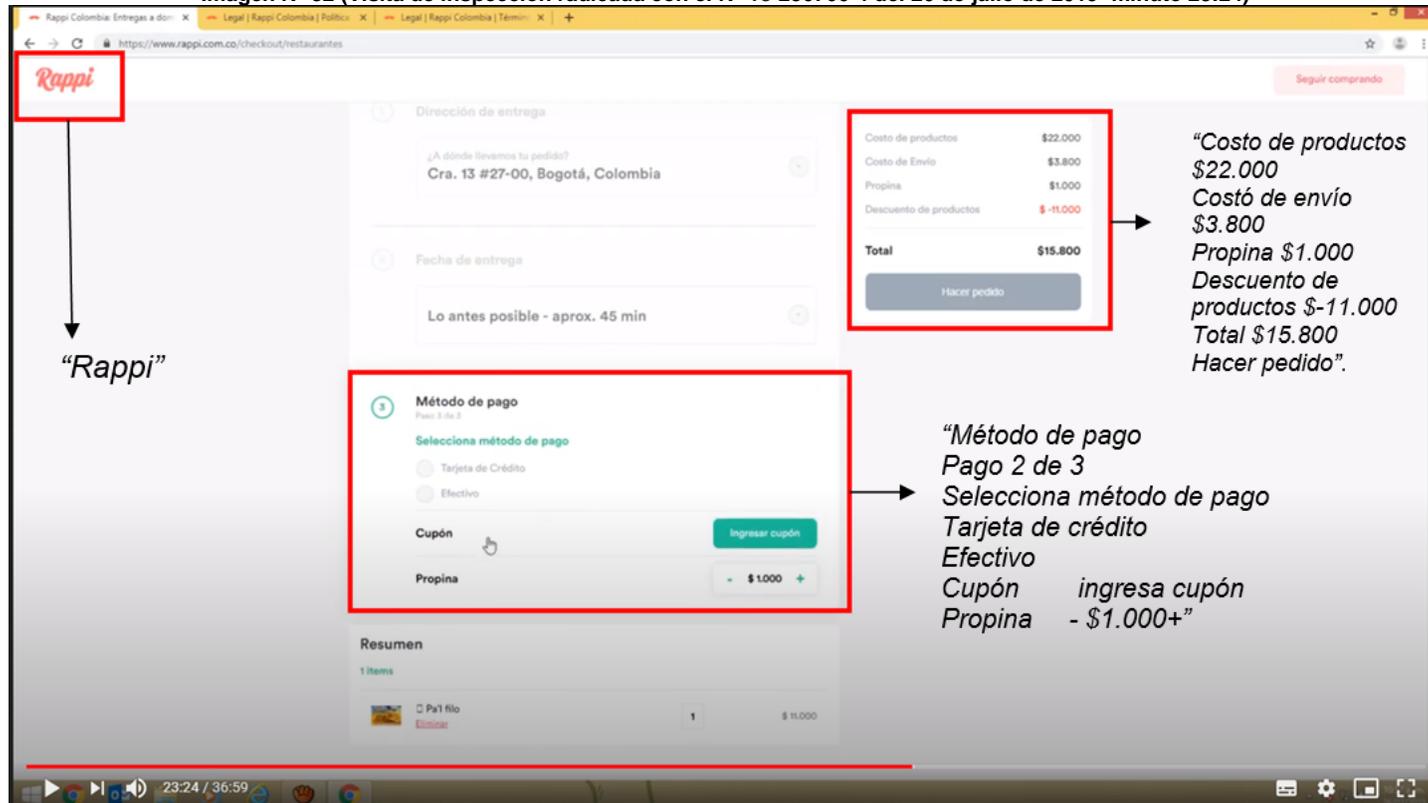
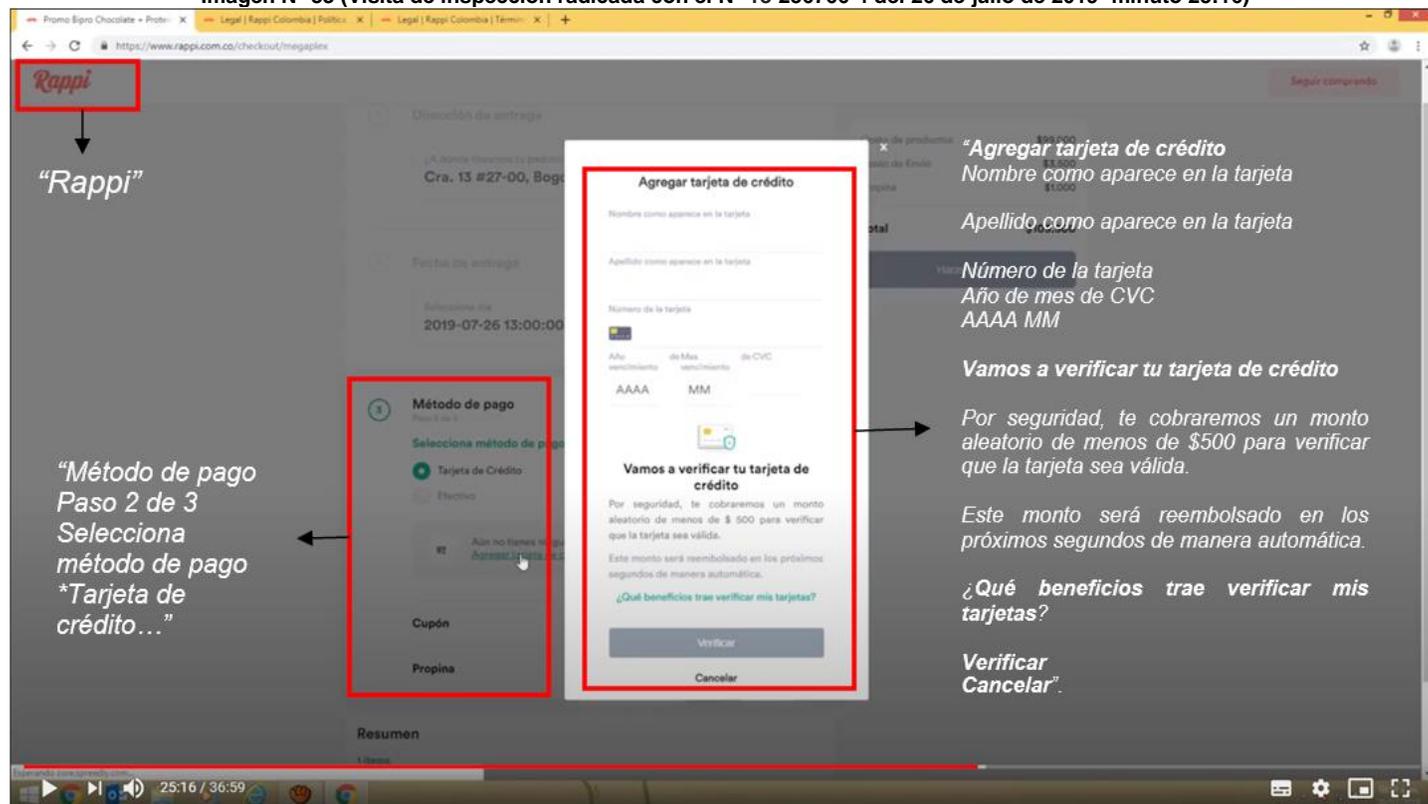
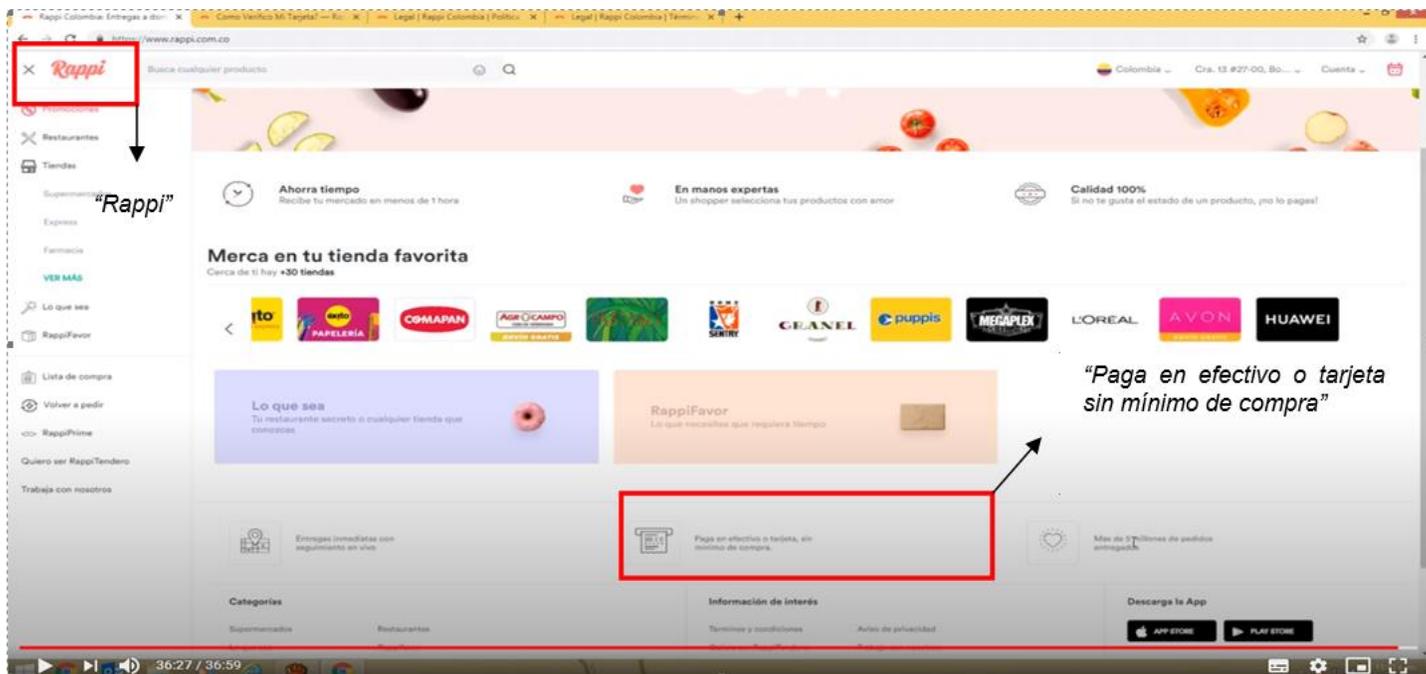


Imagen N° 33 (Visita de inspección radicada con el N° 18-256766-4 del 26 de julio de 2019- minuto 25:16)



“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Imagen N° 34 (Visita de inspección radicada con el N° 18-256766-4 del 26 de julio de 2019- minuto 36:27)



De lo anterior, se pudo observar que, efectivamente la investigada en su plataforma *Rappi* ya sea a través de la página web o de su aplicación móvil, emplea diversos medios de pago tal y como se evidencia en las imágenes anteriores, entre ellos, el de *Rappi pay*, como se expuso en las imágenes N° 29 y 30.

Por otro lado, esta Dirección igualmente procedió a revisar el documento denominado “*términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPi*”, que allegó la investigada junto con su escrito de respuesta radicado con el número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018 y advirtió lo que a continuación se expone:

- Documento denominado “*términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPi*”:

“(…) **Pasarela de pagos:** Servicio que permite la realización de pagos por parte de los Consumidores directamente a los Mandatarios, a través de medios electrónicos utilizando plataformas tecnológicas (software)

(…)

El Operador a través de la Plataforma realiza las siguientes acciones:

iii) permite el uso de la plataforma de pagos

La celebración de la relación contractual entre Consumidores y Mandatarios, se da con Consumidores que se encuentren en el territorio nacional o que, estando en el extranjero, solicitan la gestión de un encargo, que debe ser realizado en territorio colombiano, pagando una contraprestación económica, **mediante el sistema de pago electrónico por la plataforma electrónica ‘PAYMENTEZ’ o en dinero en efectivo al momento de la recepción de los productos, a elección del Consumidor**

(…)

9. CUENTA DE USUARIO

(…)

En ningún momento el Operador solicitará al Consumidor información que NO resulte necesaria para su vinculación con el Mandatario y para la facilitación del pago. Por lo tanto, **los datos de tarjetas débito o crédito, solo se solicitarán al momento de realizar el pago virtual si ese es el método de pago deseado por el Consumidor**

(…)

g) Pago. El Consumidor realizará el pago directamente al Mandatario. No obstante lo anterior, el Operador se subroga en los créditos pagaderos al Mandatario por autorización de éste último.

En caso de que el Consumidor pague su orden en efectivo y el Mandatario no pueda devolverle el cambio, Rappi se hará responsable y le cargará créditos a su cuenta por el valor correspondiente.

(…)

h) Forma de pago. El Consumidor debe seleccionar el medio de pago que desea utilizar, teniendo como posibilidades el pago contra-entrega a través de i) dinero en efectivo o ii) por medio de pago electrónico a través de la plataforma de pago PAYMENTEZ, disponible en la aplicación.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

i) Registro. El Usuario (Consumidor) debe crear su cuenta personal en la cual se requerirán los datos personales que permitan su identificación, más no su individualización, además de **los datos para la realización del pago a través de PAYMENTEZ en caso de optar por pagos con tarjeta de crédito.**

(...)

k) Resumen del encargo. **En todo caso, sea que el pago se realice en dinero en efectivo o a través de la pasarela de pagos, se enviará vía correo electrónico el resumen del encargo solicitado, con el detalle de la transacción.**

13. DEBERES DEL OPERADOR

En virtud de los presentes términos el Operador, se obliga a (1) Suministrar información cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada respecto de los productos que exhibe; (2) Indicar las características generales del producto para que sirvan de referencia a los Consumidores, para el efecto son marca y presentación; **(3) Informar suficientemente sobre los medios habilitados para que los Consumidores realicen el pago; 5) Enviar al correo electrónico suministrado por el Consumidor resumen del encargo y constancia de la transacción; (6) Poner a disposición de los Consumidores los términos y condiciones de uso de La Plataforma de forma actualizada;** (7) Utilizar la información únicamente para los fines establecidos en los presentes términos; (8) Utilizar mecanismos de información y validación durante la transacción como ventanas emergentes (Pop Ups), que permitan al Consumidor aceptar o no cada paso del proceso de compra (...). (Negrilla y subrayado fuera de texto).

De los anteriores términos y condiciones que le da a conocer la investigada a los consumidores a través de su página web o en su aplicativo móvil *RAPPI*, se advierte que se indica que en su plataforma existen diversos métodos de pago, como el efectivo y que éste se puede subrogar en los créditos pagaderos al mandatario; en tarjeta de crédito, para lo cual se utilizará la plataforma denominada “PAYMENTEZ”. Asimismo, se observa la existencia de los *Rappi créditos* que mencionó el representante legal de la investigada en su escrito radicado mediante el consecutivo 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018 y que corresponden a créditos que se cargan en las cuentas de los usuarios cuando no se les devuelve el cambio por el dinero dado en efectivo.

Asimismo, señala que una vez las transacciones se efectúan, se les envían a los usuarios al correo electrónico registrado, lo correspondiente al resumen del encargo y la constancia de la transacción.

Por otro lado y al revisar los acuerdos de colaboración que la investigada allegó a través del consecutivo número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se advirtió lo siguiente:

- Acuerdos de colaboración market place:

“Métodos de pago offline. Se refiere a los métodos de pago en los cuales el domiciliario del Aliado le cobra directamente al usuario/consumidor al entregar la orden. Se aclara que incluye las siguientes modalidades de pago: i) efectivo; y ii) tarjeta débito por medio datafono.

Métodos de pago in-app. Se refiere a los métodos de pago en los que el usuario/consumidor realiza el pago de la orden por medio de la plataforma virtual *Rappi*. Se aclara que incluye las siguientes modalidades de pago: i) pago con tarjeta de crédito; ii) *RappiPay*; y iii) *RappiCréditos*”.

De lo anterior, se observa que la investigada en los métodos denominados pago “offline”, indicó que las modalidades de pago correspondían a efectivo, tarjeta débito por medio de datafono y las mismas se realizaban cuando el consumidor le pagaba al domiciliario del aliado. Asimismo, los métodos de pago “in-app”, corresponden a los que el usuario realizó a través de la plataforma virtual *Rappi*, bien con tarjeta de crédito, *Rappi pay* o a través de *Rappi créditos*.

Así las cosas y frente a lo correspondiente a los “*Rappi créditos*”, ésta Dirección evidenció en el escrito de respuesta que allegó el representante legal de la investigada mediante el radicado número 19-47248-5 del 13 de junio de 2019, lo siguiente:

“Por la cual se decide una actuación administrativa”



“Rappi <rappi.nreply@rappi.com
Mie 28/02/2019 6:07 pm”

“Acabas de recibir: \$19000 COP en Rappicréditos”



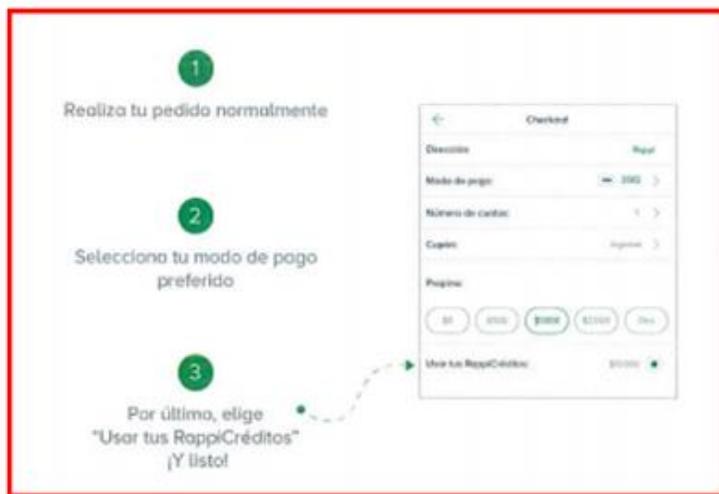
“El rappicrédito lo puedes usar para pagar tus compras en Rappi.

No pierdas tiempo y pide tu café de la mañana, tu mercado, el antojo de medio noche y todo lo que se te ocurra. Tienes a partir del 2018-02-28 18:30:12 para usar tus rappi créditos. Sólo ingresa a Rappi y realiza tu pedido.

¿Cómo usar tus Rappicréditos?

¿Cómo usar tus Rappicréditos?”

Imagen N° 36 (Escrito de respuesta presentado por la investigada mediante el radicado N° 19-47248-5 del 13 de junio de 2019)



“1 Realiza tu pedido normalmente

2 selecciona tu modo de pago preferido

3 por último, elige “usar tus RappiCréditos” ¡Y listo!”

De las anteriores imágenes, se puede establecer que la investigada mediante el envío de correos electrónicos, les informa a los consumidores que pueden usar los “RappiCréditos” para pagar las compras que lleguen a realizar a través de su página web o mediante el aplicativo móvil; en ese sentido, se les indica que éstos tienen un valor equivalente a pesos colombianos y que para utilizar dicho método de pago, deben realizar el pedido, luego seleccionarlo en la casilla de modo de pago, para que se procese la compra.

Por otra parte y al analizar la declaración de parte del representante legal suplente de la investigada, señor Diego Felipe Alonso Cruz, que fue practicada el 9 de enero de 2020 y que fue radicada dentro de esta actuación mediante el radicado número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se observó que éste indicó frente al método de pago “Rappi Pay” y “RappiCréditos”, lo siguiente:

-Declaración de parte del representante legal suplente, radicado número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020:

Pregunta Dirección: “Explique por favor, ¿cómo funcionan los medios de pago autorizados RappiCréditos y Rappi pay?”

Respuesta: “Entonces, el método de pago Rappi pay es un método de pago que tenemos en una alianza con Davivienda, básicamente es un producto financiero de una relación comercial que tenemos con el banco Davivienda, que básicamente es una cuenta de ahorros, es una

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

billetera virtual mediante la cual el consumidor tiene un saldo disponible y lo puede usar para realizar pagos a través de la plataforma, básicamente es eso.

Y el sistema de RappiCréditos es un sistema de unos puntos por decirlo de alguna manera, es un sistema de fidelidad que puede usar también el aliado, perdón el consumidor para redimirlos y hacer compras de los productos que comercializan los aliados comerciales, sí, de los productos que comercializan los aliados comerciales, básicamente es eso”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 6:48 en adelante).

(...)

Pregunta Dirección: “¿Quién recibe el pago? ¿Cómo es el proceso de pago?”

Respuesta: “Ok, ese es un punto interesante, Rappi tiene contratadas obviamente es importante decirlo en pro de la facilidad y de darle como la mejor experiencia al usuario, Rappi tiene contratadas unas plataformas de pagos, entonces esas plataformas de pagos están integradas a la plataforma Rappi y cuando yo doy enviar pedido son las mismas que generan el cobro a la tarjeta de crédito, por poner ejemplo, a la tarjeta de crédito del usuario eso ingresa a una cuenta y de esa cuenta, pues obviamente como usted sabe cómo nosotros no hacemos los productos, no ingresa a la contabilidad de Rappi eso queda como un ingreso de terceros, porque como esa plata no es nuestra y se le pasa una vez a la semana en virtud del acuerdo comercial al que le corresponde es al aliado comercial menos el valor por el uso y alquiler de la plataforma que le corresponde a Rappi, eso se tiene así por facilidad quien hace el cobro directamente son las plataformas de pago, tenemos varias digamos usamos varios payU que ustedes seguramente conocerán, paymentez que seguramente también la conocen y básicamente son las que funcionan en Colombia y procesan los pagos de los usuarios consumidores”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 41: 28 en adelante)

Así las cosas y vistos los anteriores medios probatorios, se advierte la existencia de diferentes medios de pago a través de dicha plataforma, como el efectivo, la tarjeta débito y crédito, que es usada a través de las pasarelas de pagos “paymentez” o como lo mencionó el representante legal suplente “PayU”, pero igualmente se observan las modalidades de “Rappi pay” y/o “Rappi créditos”.

Frente a estos dos últimos métodos de pago, resulta útil destacar de acuerdo con las imágenes N° 29 y 30 del presente acto administrativo, así como de la declaración de parte del representante legal suplente antes expuesta, que efectivamente el “Rappi pay” es un método de pago directo de la investigada y que el mismo surge de una alianza con un banco y que es un producto financiero, entendido como una billetera virtual en la que el consumidor cuenta con un saldo para realizar pagos a través de la plataforma de su propiedad.

Asimismo y en lo que corresponde a los “Rappi créditos”, resulta oportuno señalar de acuerdo con las imágenes N° 35 y 36 del presente acto administrativo, así como de la declaración de parte del representante legal suplente antes expuesta, que este igualmente es un método de pago y aunque el representante lo señaló como un sistema de puntos, los mismos tienen una equivalencia en dinero, por lo que a través de ellos, se pueden adquirir productos, es decir, sirven para celebrar transacciones de compraventa en su plataforma.

En ese orden de cosas, se advierte de lo anterior, que dichos métodos de pago dejan en evidencia que la participación de la investigada no culmina con el contacto entre consumidores, aliados comerciales y Rappitenderos, sino que se extiende hasta uno de los momentos esenciales de toda operación de consumo, como lo es el pago. En efecto, una transacción entre un vendedor y un comprador se ejecuta con el intercambio de la cosa ofrecida por el precio fijado, en consecuencia, en aquellos casos en donde el consumidor utiliza dichos métodos de pago como “Rappi pay” y/o “Rappi créditos”, uno de los elementos propios de la efectiva materialización de la relación de consumo, el pago del precio, se concreta a través de la investigada, situación que resalta que su participación como intermediaria en la concreción del negocio no se circunscribe al simple contacto entre las partes; y por el contrario se presenta en otras etapas de la transacción.

Así y visto lo anterior, este Despacho no puede acoger los argumentos de la investigada expuestos en sus escritos de defensa, referentes a que se partieron de supuestos respecto de su participación respecto del pago, ya que si bien es cierto que existen diferentes métodos de pago, resulta evidente en este caso, que ésta tiene las opciones de “Rappi pay” y/o “Rappi créditos”, para materializar la relación de consumo y son formas de pago propias que no tienen relación con los sujetos a los que aludió que contactaba en su plataforma.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

De tal manera y contrario a lo afirmado por la investigada, no carece de lógica en este caso señalar que, ésta no es un simple portal de contacto como se pretende hacer ver en los argumentos de defensa, toda vez que bajo dicha noción, el legislador colombiano no contempló que el propietario de la plataforma pudiera participar de la materialización de la relación de consumo, ya que se indicó que a través de la misma se ponía en contacto a dos extremos de la relación frente a la comercialización de productos y/o servicios y que éste debía suministrar la información al usuario frente a una eventual queja o reclamo.

Por ello y aunque el sujeto pasivo considere que es un absurdo considerar que un portal de contacto se limita a prestar un servicio de “*clasificado*”, chat o directorio telefónico, lo cierto es que la norma que regula dicha figura se limitó únicamente a lo anterior, a *contrario sensu*, en la definición de comercio electrónico, si se estableció la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concertadas a través del intercambio de mensajes de datos cursados telemáticamente entre los proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y/o servicios.

Es por lo anterior, que la investigada en este caso se reputa como un proveedor, toda vez que como antes se expuso, el consumidor al utilizar los métodos de pago de ésta, materializa la relación de consumo, mediante el pago del precio y ésta deja de ser un mero operador del portal, para convertirse en un partícipe para la concreción del negocio que se realiza mediante su plataforma.

Como consecuencia de lo antes expuesto, debe destacarse entonces que los mecanismos de pago “*Rappi pay*” y/o “*Rappi créditos*”, dejan en evidencia que la investigada no es un portal de contacto, sino que es un verdadero portal de comercio electrónico, en tanto permite que los consumidores paguen el precio de los productos adquiridos a través de dichos medios y en ese orden, como bien se indicó, su participación no se limita al contacto entre usuarios y aliados comerciales, sino que se extiende, al pago como uno de los momentos esenciales de la operación de consumo, situación que resalta que su participación en la concreción del negocio jurídico, ya que está presente en otras etapas de la transacción económica, que se lleva a cabo bien a través de su página web o de su aplicativo móvil.

41.1.2.5. Facultades de la investigada dentro de su modelo de negocio:

Por otra parte y con el fin de establecer si la investigada limita su actuación a conectar a unos sujetos a través de su plataforma o si por el contrario, tiene ciertas facultades por medio de las cuales interviene en la relación de consumo, este Despacho procederá a analizar los siguientes temas, de cara a su modelo de negocio y los elementos probatorios que obran dentro del plenario.

1. Frente a la figura del *Rappitendero* y la subrogación de sus derechos patrimoniales.
2. Frente a la atención de las peticiones, quejas, reclamos, facilitaciones y demandas presentadas por los consumidores.
3. Frente a conductas realizadas en su plataforma y que son reguladas por el Estatuto del Consumidor.

41.1.2.5.1. Frente a la figura del *Rappitendero* y la subrogación de sus derechos patrimoniales:

En concordancia con lo anterior, este Despacho abordará en primera medida, la figura del *Rappitendero* o “*mandatario*” y posteriormente, determinará las facultades de la investigada frente al mismo dentro de su modelo de negocio.

En ese orden y como se expuso de manera precedente, se tiene que el representante legal de la investigada en su escrito de respuesta identificado con el número 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018, manifestó frente a dicha figura, lo siguiente:

“B. Rappitenderos: trabajadores independientes, que utilizan la plataforma virtual Rappi (específicamente la aplicación Rappitendero) para recibir, aceptar y gestionar encargos realizados por los consumidores por medio de la plataforma virtual Rappi. De esta manera, se entiende que en el momento en que el Rappitendero acepta la orden del consumidor, se constituye un contrato de mandato remunerado entre el consumidor (mandante) y el Rappitendero (mandatario). La remuneración consiste en el costo del servicio de domicilio y la propina, cuyo valor en su totalidad corresponde al Rappitendero, se aclara que Rappi no cobra ningún porcentaje del costo de domicilio que recibe el Rappitendero en calidad de remuneración del mandato realizado.”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Para que los Rappitenderos puedan acceder a la aplicación Rappitenderos, deben haberse registrado previamente, aceptado los términos y condiciones de dicha aplicación y haber realizado una capacitación”.

Del mismo modo, en los “términos y condiciones de uso de plataforma ‘RAPPI’”, la investigada indicó frente al “mandatario” o “Rappitendero” y el contrato de mandato, lo que a continuación se expone:

*(...) **MANDATARIO** Persona natural que acepta realizar la gestión del encargo solicitado por el Consumidor a través de La Plataforma*

*(...) **Contrato de mandato remunerado celebrado por medios electrónicos:** Aquel acuerdo de voluntades celebrado entre el Consumidor y el Mandatario, por medio del cual el Consumidor solicita, a través de la Plataforma, la gestión de un encargo al mandatario, obligándose este último a cumplir con dicho encargo por cuenta y riesgo del Consumidor, a cambio de recibir una remuneración como contraprestación.*

(...)

11. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El Operador exhibe a través de La Plataforma productos de consumo como alimentos, bebidas, productos de aseo personal y productos de aseo general, que están a disposición de los Consumidores para su conocimiento general. Esta comunicación de productos sirve como referencia a los Consumidores para el encargo de compraventa, usando La Plataforma como medio para solicitar la gestión de un encargo de compraventa, celebrándose un contrato de mandato remunerado con el Mandatario.

(...)

g) Pago. El Consumidor realizará el pago directamente al Mandatario. No obstante lo anterior, el Operador se subroga en los créditos pagaderos al Mandatario por autorización de éste último.

En caso de que el Consumidor pague su orden en efectivo y el Mandatario no pueda devolverle el cambio, Rappi se hará responsable y le cargará créditos a su cuenta por el valor correspondiente.

l) Entrega. Verificados todos los datos correspondientes a la transacción y al ámbito de cobertura de entrega de productos, el Mandatario entregará en la dirección suministrada y en el término definido al finalizar la operación, los productos comprados en virtud del encargo solicitado. En caso de no poderse realizar la entrega por razones imputables al Consumidor, deberá el Mandatario dejar constancia de este hecho.

***Parágrafo.** El perfeccionamiento del contrato de mandato celebrado por medios electrónicos se da en el momento en que el Mandatario entrega el encargo realizado al Consumidor. (...). (Subrayado fuera de texto).*

Asimismo, se observó del documento “términos & condiciones de uso plataforma virtual ‘RAPPI’” que allegó el representante legal de la investigada en su escrito de respuesta identificado con el número 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018, lo siguiente:

“CONSIDERACIONES

(...)

(c). En la plataforma se vinculan terceros en calidad de Mandatarios, quienes gestionan encargos solicitados por los usuarios para que éstos últimos adquieran los productos de consumo que exhibe EL OPERADOR. (d). La tecnología de la plataforma permite que los Consumidores al momento de requerir este tipo de productos, soliciten el encargo directamente a los Mandatarios, solicitud que se materializa con la celebración de un contrato de mandato directamente entre Consumidores y Mandatarios, cuyo encargo consiste en la celebración de un contrato de compraventa o cualquier otro tipo de contrato lícito, con el fin de adquirir bienes o servicios. (e). Mandatarios: Persona natural que acepta realizar la gestión del encargo solicitado por el Consumidor a través de la Plataforma. Para este efecto se encuentra autorizado al uso de la plataforma del OPERADOR, para la vinculación directa con los consumidores para desarrollar la gestión de encargos. (...)

***DEFINICIONES:** Para los efectos de estos términos y condiciones se entiende por:*

*(...) 2. **Contrato de mandato remunerado celebrado por medios electrónicos:** Aquel acuerdo de voluntades celebrado entre el Consumidor y el Mandatario, por medio del cual el Consumidor solicita, a través de la Plataforma, la gestión de un encargo al mandatario, obligándose este último a cumplir con dicho encargo por cuenta y riesgo del Consumidor, a cambio de recibir una remuneración como contraprestación.*

(...)

***AUTORIZACIÓN.** Mediante la aceptación de estos términos y condiciones se constituye la autorización de uso de la Plataforma ‘Rappitendero’, que otorga de forma gratuita EL*

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

OPERADOR en favor del MANDATARIO, para que éste concurra a un mercado virtual con la finalidad de identificarse en éste como Mandatario, y para realizar la gestión del encargo solicitado por el Consumidor a través de la Plataforma ‘Rappi’.

(...)

ALCANCE. El MANDATARIO utilizará la Plataforma ‘Rappitendero’ para vincularse contractualmente de forma directa con los Consumidores. Para este efecto, EL OPERADOR: **i)** comunicará a los Consumidores información cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada respecto de los productos que exhibe; **ii)** comunicará a los Consumidores la información detallada del MANDATARIO como prestador del servicio;

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO. El MANDATARIO declara conocer y aceptar los términos y condiciones de uso a los cuales se encuentran sujetos los Consumidores para usar la plataforma ‘Rappi’. El servicio opera como tienda virtual, en la que los Consumidores ingresan a la Plataforma para solicitar un mandato remunerado, cuyo encargo consiste en la celebración de un contrato de compraventa o cualquier otro tipo de contrato lícito, con el fin de adquirir bienes o servicios. Una vez se solicita el encargo, la Plataforma ‘Rappitendero’ exhibe los encargos de los Consumidores a los Mandatarios y ellos seleccionan los encargos para gestionarlos, a manera de aceptación del contrato de mandato remunerado.

La solicitud de encargo y selección depende del ámbito territorial de injerencia del Mandatario y de la capacidad de entrega de los productos requeridos por el Consumidor. Al seleccionar el pedido, el Mandatario es notificado por el Consumidor respecto de los productos y/o servicios solicitados, así como de las condiciones de tiempo, modo y lugar de entrega, las cuales son de obligatorio cumplimiento por el MANDATARIO frente al Consumidor.

Al momento de la notificación del servicio, el MANDATARIO podrá declinar la solicitud de encargo (rechazar el mandato), de forma unilateral sea por la imposibilidad de conseguir los productos o por condiciones de tiempo y ubicación. En caso de rechazo, la plataforma ‘Rappitendero’ posicionará el encargo nuevamente, a fin de que los demás Mandatarios habilitados en la zona puedan tomarlo y satisfacer las necesidades del Consumidor.

Parágrafo. Entiende y acepta el MANDATARIO que EL OPERADOR podrá modificar unilateralmente en cualquier momento y sentido los presentes Términos & Condiciones.

CUMPLIMIENTO. Entiende, conoce y acepta el MANDATARIO que la relación contractual que lo vincula con el Consumidor es una relación jurídica de mandato, por esta razón se obliga a cumplir con las obligaciones prescritas en la normatividad para este tipo de relación contractual. (...)

PAGOS. Por medio de estos términos y condiciones el MANDATARIO subroga al OPERADOR en sus derechos como acreedor frente al Consumidor. EL OPERADOR dentro de la Plataforma tiene implementado un aplicativo transaccional que permite que los Consumidores paguen los productos adquiridos y la remuneración del mandato. Una vez el dinero ingrese a la pasarela de pagos, se enviará la remuneración del mandato a la cuenta bancaria del Mandatario. Para ello, el OPERADOR inscribirá en el aplicativo la cuenta bancaria que se encuentra identificada en la información que el Mandatario provea para su inscripción en la Plataforma ‘Rappitendero’.

(...)

RELACIÓN JURÍDICA CON EL CONSUMIDOR. El MANDATARIO se obliga a usar la Plataforma en las condiciones definidas en estos términos y condiciones, los cuales permiten la configuración de una relación jurídica entre el MANDATARIO y los Consumidores por la celebración de contratos de mandato remunerado, cuyo encargo consiste en la celebración de un contrato de compraventa o cualquier otro tipo de contrato lícito, con el fin de adquirir bienes y/o servicios. En este sentido, todos los efectos legales relacionados con cumplimiento y responsabilidad establecidos para este tipo de relación recaen sobre el MANDATARIO (...). (Subrayado fuera de texto).

De igual manera, en la declaración de parte del representante legal suplente, Diego Felipe Alonso Cruz, llevada a cabo el 9 de enero de 2020 por esta Dirección y cuyo soporte fue radicado con el número 18-256766-61, se hizo referencia a dicha figura, así:

Pregunta apoderado de la investigada: “Hablemos un poquito y usted hablaba en su última respuesta de la labor que realiza el Rappitendero, la figura del Rappitendero me parece importante entrar un poco en ese frente, nos puede explicar ¿cómo en palabras muy claras, cómo es el proceso de compra de un producto por parte de un consumidor en un aliado comercial con la intervención de un Rappitendero, como se da ese proceso?”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Respuesta: “el consumidor ingresa a la plataforma Rappi, digamos por seguir con el ejemplo del corral, ingresa a la tienda del corral dentro de la plataforma Rappi donde tiene exhibidos los productos eso es como si fuera digamos el local virtual del corral y solicita la hamburguesa, por decirlo de alguna manera, la callejera y solicita y después llega a la parte que se denomina checkout que es lo que se denomina el carro de salida, no sé cómo digamos... se llama checkout en la misma plataforma y ahí están exhibidos pues los productos que solicitó y el precio ehmm todos los valores que se le van a cobrar y solo con obviamente la aceptación clara, previa, expresa e informada, el consumidor da click en el botón enviar pedido, cuando da click en enviar pedido, el corral en el punto de venta donde cogió la localización, debe recibir ese pedido para tramitarlo para la hamburguesa que le va a vender al consumidor, acepta la orden, comienza la preparación de la orden dependiendo de las especificaciones que haya solicitado el consumidor y en ese momento cuando acepta la orden y la tramita eso le rebota al Rappitendero y el Rappitendero decide si acepta o no la orden, listo yo quiero tomar esta orden y quiero llevar este pedido a tal consumidor, a Roberto, entonces por poner un ejemplo, entonces el Rappitendero recibe la orden sabe dónde se tiene que acercar, cuando llega al punto de venta del aliado comercial en este caso el corral, con un código de verificación que tiene el corral, verifica el número con el Rappitendero, el corral le entrega el producto al Rappitendero, este lo toma y se lo lleva donde el consumidor, cuando llega al consumidor, el Rappitendero, pone tramitar pago, ósea tramitar la orden como finalizarlo, porque ya se digamos se terminó la relación porque el Rappitendero cumplió con su encargo y cumplió con entregarle el producto que el consumidor le compro al aliado y ahí se finaliza la compra que realizó el consumidor en el establecimiento corral”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 18:28 en adelante).

(...)

Pregunta apoderado de la investigada: “¿Quién paga a los Rappitenderos su contraprestación?”

Respuesta: “el consumidor”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 21: 09 en adelante).

Pregunta apoderado de la investigada: “¿Rappi le suministra al Rappitendero un medio de transporte o alguna otra facilidad?”

Respuesta: “No, el Rappitendero trabaja todo con sus propios medios, tanto el teléfono, como la bicicleta, la moto, inclusive nosotros no... como le mencionaba Doctora Paola Andrea, como no son nuestros empleados, no les damos dotación ni nada de eso, ellos están en libre disposición o no de usar la chaqueta de Rappi o por eso se ven muchas veces con maleta de uber eats, chaqueta de domicilios.com y gorra de Rappi, porque como ellos son libres para trabajar para los consumidores de cada una de estas plataformas, ellos no, ósea ellos trabajan todo con sus propios medios, como para dejar ese punto claro, nosotros no les facilitamos nada de ningún tipo”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 21:15 en adelante).

Pregunta apoderado de la investigada: “En ese sentido, ¿un Rappitendero puede hacer uso de otras plataformas, puede ser usuarios de otras plataformas de contacto distintas a Rappi al mismo momento, al mismo tiempo?”

Respuesta: “totalmente de acuerdo, nosotros no tenemos ningún control sobre eso”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 22: 06 en adelante).

Pregunta apoderado de la investigada: “¿Cómo funciona la vinculación de ese Rappitendero a esa plataforma?, cual es digamos, para que nos explique un poco también con detalle, ¿cómo funciona esa relación de la plataforma con el Rappitendero?”

Respuesta: “Pues básicamente el Rappitendero se acerca...o lo puede hacer realmente es virtual, llena un formulario, acepta unos términos y condiciones y una política de tratamiento de personales y con base en eso y dado su consentimiento, toma una capacitaciones virtuales, sobre digamos seguridad vial, manejo de todo tipo de elementos, protección, etc., y después obviamente completa unos formularios adicionales con preguntas sobre esas capacitaciones y ahí digamos que se convierte en un usuario Rappitendero y ahí digamos queda de alguna manera autorizado para empezar a recibir productos de los consumidores para recoger productos de los aliados comerciales, quienes son los que comercializan los productos”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 22: 19 en adelante).

(...)

Dirección: “¿En qué derechos de los Rappitenderos se subroga Rappi?, entiendo de acuerdo con lo que han manifestado donde nos contaron como es la alianza de los”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Rappitenderos, ¿hay algunos derechos en los que Rappi se subroga en el marco de esta relación con los Rappitenderos?, ¿hay derechos en los que se subroga Rappi que pudieran ser propios de los Rappitenderos?”

(...)

Respuesta apoderado de la investigada: “No sé si la pregunta de pronto para mí no es clara si nos pudiera explicar estamos hablando de derechos patrimoniales...”.

Dirección: “Si hablo de derechos patrimoniales, nos han mencionado que la negociación se da entre los consumidores y los Rappitenderos ¿cierto? En el marco en que yo adquiero algo a través de la plataforma el Rappitendero es quien va hacer la compra y le entrega al consumidor ¿sí?”

Respuesta apoderado de la investigada: “es que todavía no me hago entender porque como no hay adquisición de productos a través de la plataforma y no hay relación laboral y lo que entiendo...es que no quiero especificar por eso digamos que aclaremos de las repuestas que ha dado el Doctor Diego es que no hay una relación laboral con el Rappitendero y el Rappitendero es quien usa la aplicación para ofrecer al consumidor sus servicios quisiera entender en qué punto...”

Dirección: “Ok, aclarado esto que no hay una relación laboral que simplemente Rappitendero usa también los servicios de Rappi para generar esta relación entre Rappitendero y consumidor, sale un pedido y me imagino que el Rappitendero está afiliado y le llega y él toma ese pedido, ¿hay algún derecho patrimonial en relación con el pago en el que Rappi se subroga frente a este Rappitendero?, el Rappitendero va, compra en virtud del contrato que existe con el consumidor, compra y hace un mandado al consumidor, le hizo el favor de comprar y el consumidor le va a pagar por haberle hecho el mandado de la compra y pues por es obviamente hay una contraprestación que debe pagar el consumidor, ¿cierto?, ¿Hay algún derecho patrimonial frente a este pago en el que se subroga Rappi o frente al pago mismo del objeto que este compró a favor del consumidor?, ¿hay algún derecho en el que subroga Rappi de estos Rappitenderos, algún derecho patrimonial en el que Rappi asuma el derecho y haga los trámites necesarios para el cobro, lo que corresponda patrimonialmente frente al pago del servicio que se ha prestado?”

Respuesta representante legal: “Ahhh la plata por el servicio del domicilio le llega también al Rappitendero, eso tampoco es un ingreso de Rappi porque nosotros, esto también es un punto importante de aclarar, el 100% de los ingresos de lo que pagan los usuarios consumidores por el servicio de entrega es para el Rappitendero Rappi no margina ningún valor de esos, porque como es obviamente es un encargo que hace el Rappitendero a favor del consumidor”. (Negrilla y subrayado fuera de texto). (Minuto 42: 43 en adelante).

De lo anteriormente expuesto, se evidencia que el Rappitendero o mandatario, es una persona natural que acepta a través de la plataforma “Rappitendero”, los encargos que le soliciten los consumidores a través de la plataforma “RAPPI”.

Así y para que éste pueda hacer uso de su plataforma éste debe haberse registrado, realizar una serie de capacitaciones y haber aceptado los términos y condiciones antes expuestos, tal y como lo puso de presente el representante legal suplente de la investigada y como se advierte de los documentos de términos y condiciones aplicables a éste, circunstancia sobre la que este Despacho le haya la razón a la investigada cuando expuso sus argumentos en sus escritos de defensa, sobre este aspecto.

Aunado a lo anterior, se tiene que del texto literal de los documentos en mención, se indica que ni el operador, es decir, la investigada, ni el Rappitendero o mandatario, tienen un vínculo más allá del de permitirle a dicha persona natural el empleo de la plataforma para gestionar y adelantar los encargos que soliciten los consumidores a través de la plataforma virtual “RAPPI”. Asimismo, se tiene que el Rappitendero entiende y acepta que dichos términos y condiciones pueden ser modificados unilateralmente por el sujeto pasivo de esta actuación en cualquier momento.

No obstante lo anterior, esta Dirección considera pertinente poner de presente que, el artículo 53 de la Ley 1480 de 2011 es claro en establecer que los portales de contacto se configuran para permitir la convergencia de dos sujetos, estos son, los consumidores y los expendedores y no contempla la existencia de un tercer interviniente, que en este caso, serían los Rappitenderos.

En ese orden y teniendo en cuenta, que dicha figura no hace parte de lo que establece la ley, para considerar a una persona natural y/o jurídica como un portal de contacto, resulta importante poner de presente, que si bien la investigada lo cataloga como un usuario de la plataforma “Rappitendero” que está interconectada a la plataforma Rappi, que éste trabaja con sus propios medios y que no tiene

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

control sobre aquellos que realizan los encargos, es decir, de las personas naturales que realizan la distribución y entrega de los bienes que los consumidores adquieren a través de su página web o de su aplicativo móvil, no puede perderse de vista, que la investigada tiene una injerencia directa respecto del manejo de dicha figura y que la misma es empleada por el sujeto pasivo dentro del proceso de perfeccionamiento de las relaciones de consumo que se llevan a cabo a través de su plataforma.

Lo anterior, cobra sustento en el hecho que las relaciones de consumo parten de una premisa principal, éstas surgen con el propósito de que se dé la adquisición, disfrute y utilización de un determinado producto, para satisfacer una necesidad de consumo. En ese entendido, dicho vínculo comienza desde el momento en que los usuarios acceden bien a la página web o mediante el aplicativo móvil, conocen los productos y servicios ofrecidos, se informan sobre lo que se ofrece en dicho portal, toman una decisión de adquirirlos y proceden a realizar el pago para obtenerlos finalmente en el lugar de destino indicado previamente en dicha plataforma.

Por consiguiente, se advierte que las relaciones de consumo se configuran desde la etapa pre contractual, es decir desde el momento en que los consumidores toman conocimiento del producto o servicio ofrecido, pasan a la etapa contractual, que es cuando éstos celebran efectivamente el negocio jurídico para adquirir lo ofrecido por el sujeto pasivo a través de su plataforma a cambio de un precio establecido y así obtener la efectiva entrega de los mismos e inclusive dicho vínculo está presente en una etapa post contractual, donde el proveedor deberá responder, por ejemplo, por la calidad, idoneidad, seguridad de lo adquirido, la garantía legal, etc.

En ese sentido, es en la etapa contractual donde la figura del *Rappitendero* cobra relevancia, toda vez que, la investigada como proveedor de una variedad de productos y servicios que se encuentran en su plataforma, los pone a disposición de los consumidores para que éstos satisfagan una necesidad de consumo, pero ésta sólo se consolida y perfecciona cuando los usuarios pagan el precio y efectivamente reciben lo que han adquirido en el marco de la relación de consumo.

En tal entendido, la investigada en este caso, no solo limita su actuar a ofrecer bienes y/o servicios, sino que al tener a su cargo la efectiva distribución y entrega de lo que se adquiere a través de su plataforma, utiliza la figura del *Rappitendero* con el fin de perfeccionar la relación de consumo, toda vez que el acto de entrega es inherente y no puede desligarse del proceso de comercialización y distribución que se desarrolla para satisfacer una necesidad de consumo.

Aceptar lo contrario, no solo desdibujaría el propósito del Estatuto del Consumidor sino que anularía la existencia de una relación de consumo, toda vez que los consumidores acuden al mercado de bienes y servicios con el objetivo no solo de adquirirlos, sino también de disfrutarlos y utilizarlos para satisfacer necesidades propias, privadas, familiares, domésticas y empresariales cuando no estén ligadas intrínsecamente a sus actividades económicas.

Así las cosas y como sustento de lo anterior, el marco normativo referenciado, no solo contempla respecto de la relación de consumo que se presente una adquisición de bienes sino que los mismos sean efectivamente entregados a los consumidores, para que éstos finalmente los disfruten y los utilicen; ejemplo de ello, se encuentra en el artículo 3° del mentado estatuto, que contempla los derechos y deberes de los usuarios, entre otros, como el recibir productos de calidad, que los productos no les causen daños, a poder reclamar y obtener reparación integral por los daños sufridos por dichos bienes; el parágrafo del artículo 7° de la Ley 1480 de 2011, relativo a la garantía legal y que hace referencia a que el proveedor debe responder por la calidad, idoneidad, seguridad y el buen funcionamiento de los productos y que la entrega o distribución de los mismos con descuento, rebaja o carácter promocional ésta sujeta a las reglas contenidas en la referida ley; asimismo, el artículo 8° indica que el término de la garantía empezará a correr a partir de la entrega del producto al consumidor; el artículo 11 que dispone que dentro de las obligaciones que corresponden a la garantía legal, está la de la entrega material del producto.

Igualmente, el artículo 46 de la Ley 1480 de 2011 señala dentro de los deberes especiales que le asisten a los productores y proveedores en las ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia, como la que ocurre aquí en la presente investigación, el de cerciorarse que la entrega del bien o servicio se realice efectivamente en la dirección indicada por los usuarios así como el deber de informarles previo a la adquisición de los mismos, el tiempo de entrega; el artículo 47 de la referida ley, referente a la prerrogativa de retracto, en la que se determina que el término máximo de ejercicio es de cinco (5) días hábiles contados a partir de la entrega del bien.

Asimismo, el literal c) del artículo 50 ibídem, dispone lo referente a que los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrecen productos utilizando medios electrónicos,

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

tienen el deber informar en dicho medio, el tiempo de entrega del bien o la prestación del servicio; el literal d) de la referida norma, que indica que una vez se concluye la transacción se le debe remitir al consumidor la información precisa del tiempo de entrega, el literal e) que establece el mandato categórico de mantener mecanismos de soporte duradero la prueba de la relación comercial, en especial, la identidad plena del consumidor, la voluntad expresa de contratar, la forma en que se realizan los pagos y la entrega real y efectiva de los bienes o servicios adquiridos; el literal h) que determina que el proveedor debe entregar el pedido a más tardar en el plazo de treinta (30) días calendario a partir del día siguiente a aquel en el que el consumidor le haya comunicado su pedido y en caso de que la entrega supere dicho lapso o que no esté disponible el producto adquirido, el usuario podrá resolver o terminar el contrato unilateralmente y obtener la devolución de todas las sumas pagadas sin que haya lugar a retención o descuento alguno.

Del mismo modo, el artículo 51 del Estatuto del Consumidor referente a la prerrogativa de reversión del pago, establece aparte de la compra y adquisición de bien, que se aplique el referido derecho cuando al consumidor no se le haya entregado el producto, no corresponda a lo solicitado o sea defectuoso.

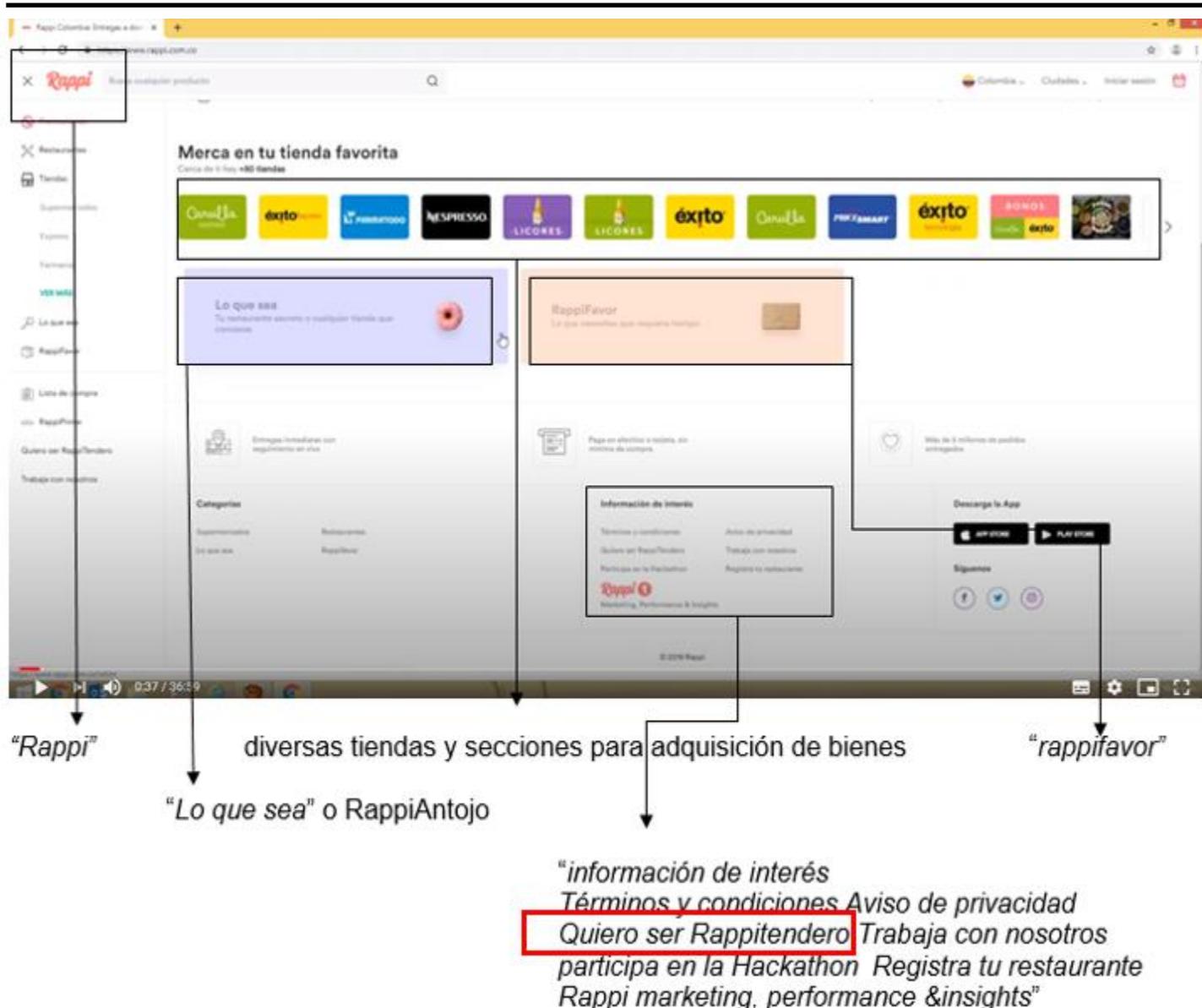
En ese orden y como se evidencia, el surgimiento y el perfeccionamiento de esa relación de consumo no solo está dado porque los consumidores adquieran los bienes y/o servicios ofrecidos, sino porque se dé la efectiva entrega de los mismos; por ello y si bien puede que los *Rappitenderos* no sean trabajadores de la investigada como lo indicó el representante legal suplente en su declaración de parte, no por ello, se puede omitir que ésta dentro de su modelo de negocio se prevale de ellos para que se dé la efectiva entrega de los bienes a los usuarios, máxime si se tiene en cuenta que entre el sujeto pasivo y dichas personas naturales que fungen como *Rappitenderos* surge un vínculo comercial dado por el acto de aceptación del documento denominado “*términos & condiciones de uso plataforma virtual ‘RAPPITENDERO’*” que allegó el representante legal de la investigada en su escrito de respuesta identificado con el número 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018 y que fue expuesto previamente.

Ahora, si bien es cierto que ésta dentro de los acuerdos de cooperación y colaboración analizados previamente en este acto administrativo, contempló la disposición “(...) *se aclara que Rappi no presta ningún tipo de servicio de logística, suministro o de entrega de productos a terceros (...)*”, dicha circunstancia no desdibuja el hecho que existe un vínculo comercial entre ésta y los *Rappitenderos* y que de acuerdo con su modelo de negocio, esta sí emplea dicha figura, para que se realice la entrega efectiva de los bienes que adquieren los consumidores y ostenta facultades respecto de éstos.

Así las cosas, resulta importante poner de presente que en su plataforma *Rappi* tiene dispuesto un link denominado “*quiero ser Rappitendero*”, circunstancia que implica que es ésta la que se encarga de hacer el contacto con las personas naturales que posteriormente, entregarán a los consumidores los bienes que adquieren, por lo que no son los consumidores los que en el marco de la relación de consumo, los que gestionan los actos de entrega.

A modo de ejemplo y para sustentar lo anterior, se procede a relacionar la siguiente captura de pantalla, tomada de la visita de inspección administrativa que desarrolló esta Dirección y cuya acta se encuentra radicada con el número 18-256766-4 del 28 de julio de 2018, así:

“Por la cual se decide una actuación administrativa”



De la anterior imagen, se puede observar que efectivamente es la investigada la que se encarga de disponer en su plataforma de un hipervínculo que les permite a las personas naturales que quieran ser *Rappitenderos*, vincularse a las actividades que ésta realiza en el mercado, por lo que es claro que el contacto para la gestión de los encargos surge de forma prístina es con el sujeto pasivo y no con los consumidores y mucho menos con los aliados comerciales.

Aunado a ello y si bien el representante legal suplente de la investigada en su declaración de parte manifestó, que no tenía control sobre los *Rappitenderos*, llama la atención de este Despacho tal afirmación, toda vez que éste indicó igualmente frente a la pregunta del apoderado “**¿Cómo funciona la vinculación de ese Rappitendero a esa plataforma?, cual es digamos, para que nos explique un poco también con detalle, ¿cómo funciona esa relación de la plataforma con el Rappitendero?**”, que éstos para vincularse, diligenciaban un formulario dado por la sociedad objeto de investigación, aceptaban los términos y condiciones de la plataforma *Rappitendero*, que además como se vio antes del contenido de dicho documento, era ésta y no las personas naturales que lo aceptaban, la que tenía la potestad de modificar unilateralmente el clausulado en cualquier momento y además, que dichas personas tomaban capacitaciones virtuales y que luego completaban formularios alusivos a lo visto en dichas capacitaciones, para poder quedar autorizados para gestionar los encargos que se recibieran a través de la plataforma *Rappitendero* interconectada a la plataforma de *Rappi* que usaban los consumidores.

Asimismo, llama la atención el hecho que la investigada pretenda desligar del ofrecimiento y comercialización, la entrega de los bienes que adquieren los consumidores, si es claro de los elementos probatorios reseñados al inicio de este acápite, que ésta tiene dispuesta y configurada una plataforma exclusiva denominada *Rappitendero* que se encuentra interconectada con la que usan los consumidores, que además contempla en el documento de los términos y condiciones de uso de la referida plataforma, que es ella la que les indica a los mensajeros cuáles son los encargos para que éstos puedan realizar la entrega de los productos que se solicitan de acuerdo con el área geográfica en donde se encuentren los usuarios y además, que sea ella la que de forma directa les informe a éstos las condiciones de tiempo, modo y lugar de entrega de los bienes adquiridos.

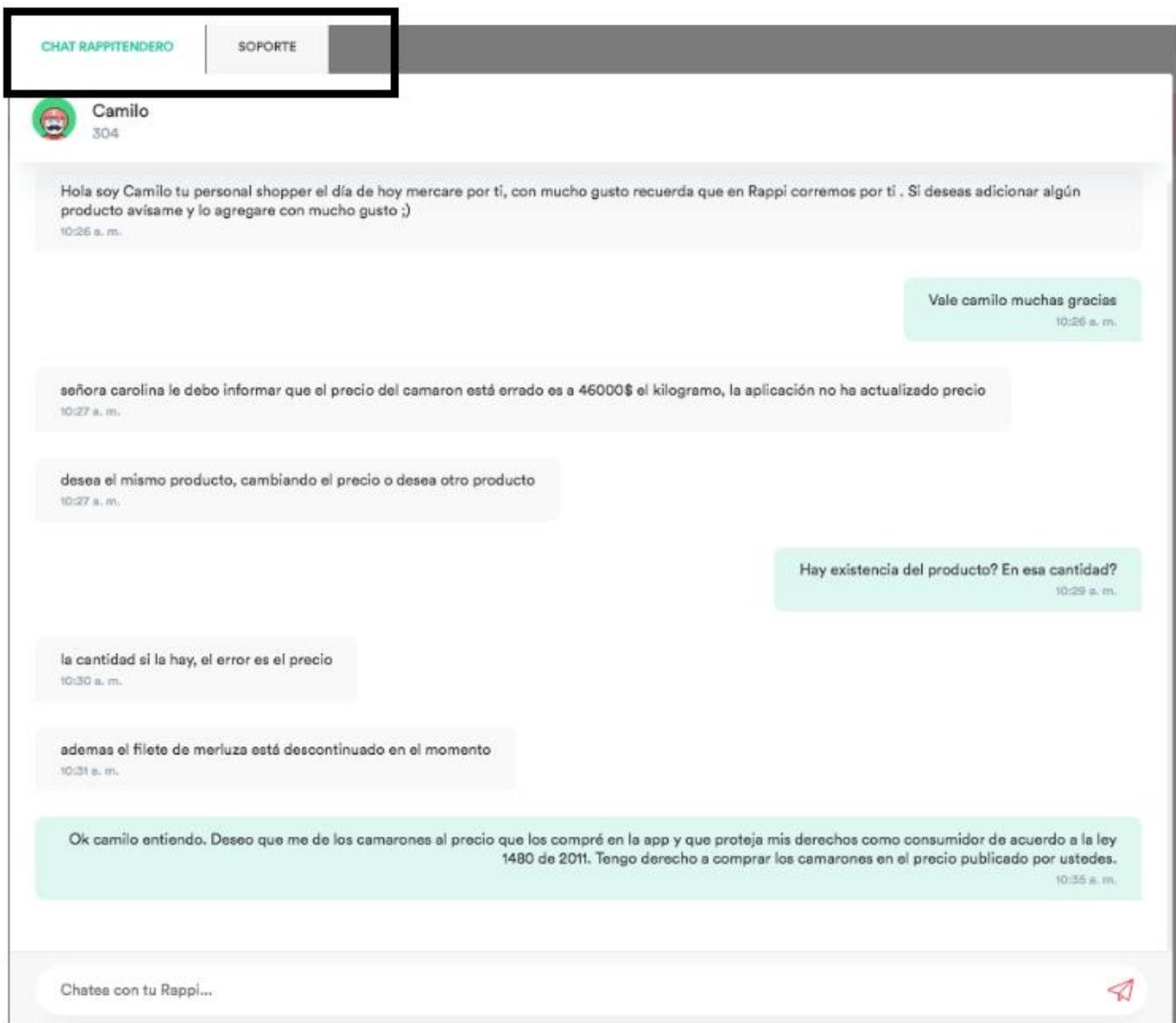
“Por la cual se decide una actuación administrativa”

En ese orden, es claro que la investigada con tales actuaciones es la que se encarga a través del empleo de dicha figura de realizar la entrega de los bienes que adquieren los consumidores, con el fin de que se satisfaga la relación de consumo que se lleva a cabo a través de su plataforma.

Del mismo modo, resulta particular que la investigada pretenda en este trámite administrativo desdibujar su calidad de portal de comercio electrónico, indicando que la relación que surge es entre los consumidores y los *Rappitenderos*, cuando del análisis de los elementos probatorios que reposan en el plenario, se advierte que, si bien los consumidores pueden contactarse con dichos sujetos, éstos se encuentran subordinados es a lo que determina el sujeto pasivo y no tienen una injerencia en los aspectos relativos a la relación de consumo, ni pueden gestionar directamente ninguna PQR, toda vez que los mismos están supeditados a lo que el área de soporte de la investigada les instruya.

Así y para soportar lo anterior, es importante traer a colación las siguientes imágenes, en las que se advierte que un consumidor tiene contacto con un *Rappitendero*, quien le indica al usuario que no puede gestionar el pedido de acuerdo con lo que el área de soporte de la investigada le instruye, así:

Imagen N° 38 (Anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018)



“Chat Rappitendero

Camilo: hola soy Camilo tu personal shopper el día de hoy mercaré por ti, con mucho gusto **recuerda que en Rappi corremos por ti.** Si deseas adicionar algún producto avísame y lo agregaré con mucho gusto 😊

Consumidor: vale camilo muchas gracias

Camilo: señora carolina le debo informar que el precio del camarón está errado es a 46000\$ el kilogramo, la aplicación no ha actualizado precio

Camilo: desea el mismo producto, cambiando el precio o desea otro producto

Consumidor: hay existencia del producto? En esa cantidad?

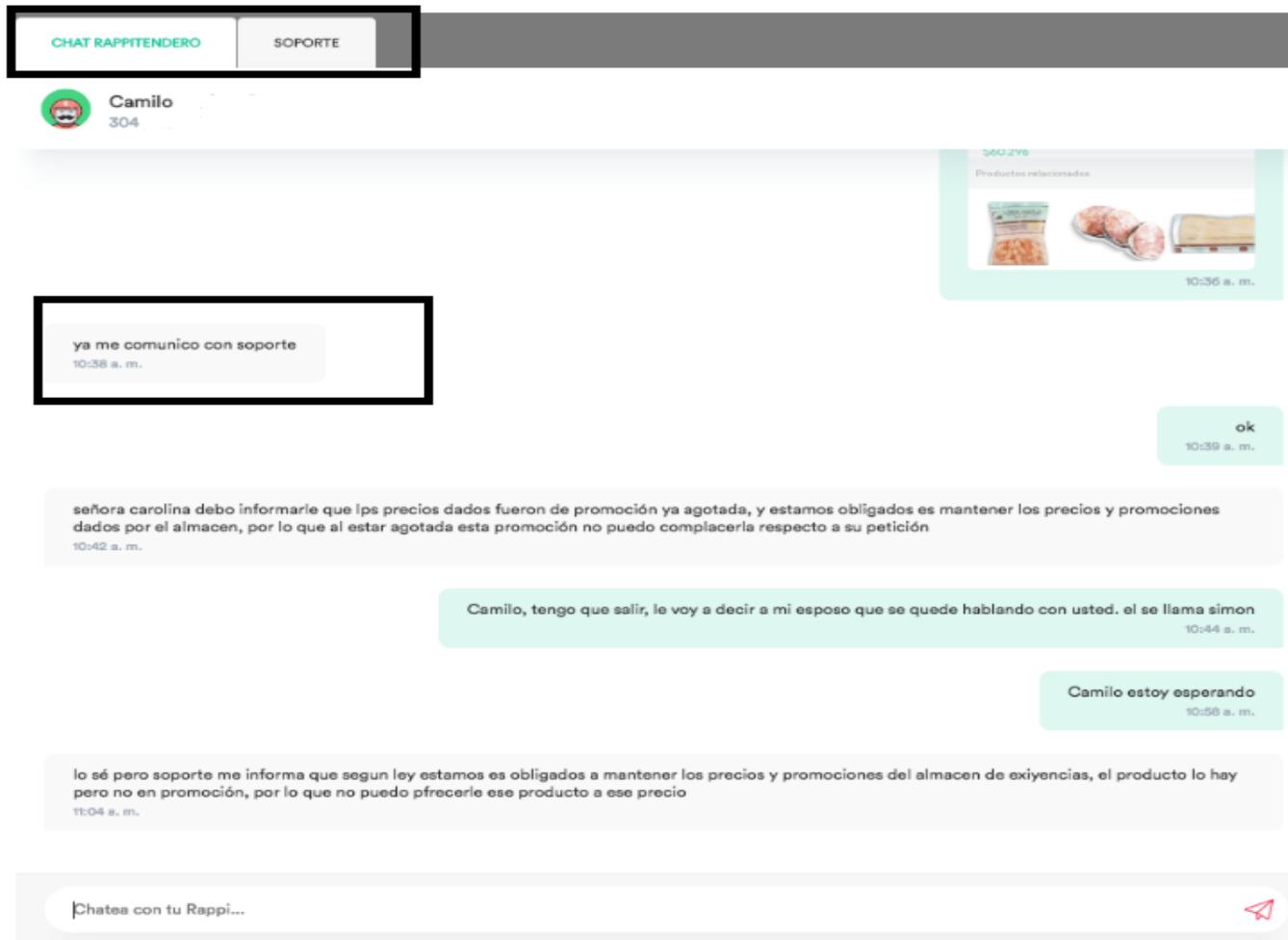
Camilo: la cantidad si la hay, el error el precio

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Camilo: además el filete de merluza está descontinuado en el momento

Consumidor: Ok camilo entiendo. Deseo que me de los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar los camarones en el precio publicado por ustedes”. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

Imagen N° 39 (Anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018)



“Chat Rappitendero

Camilo: ya me comunico con soporte

Consumidor: ok

Camilo: señora carolina debo informarle que los precios dados fueron de promoción ya agotada y estamos obligados a mantener los precios y promociones dados por el almacén, por lo que al estar agotada esta promoción no puedo complacerla respecto a su petición.

Consumidor: camilo, tengo que salir, le voy a decir a mi esposo que se quede hablando con usted, se llama simón

Consumidor: camilo estoy esperando

Camilo: lo sé pero soporte me informa que según ley estamos obligados a mantener los precios y promociones del almacén de existencias, el producto lo hay pero no en promoción, por lo que no puede ofrecerle ese producto o ese precio”. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

Así y visto lo anterior, es claro que el Rappitendero no es una figura aislada dentro de la cadena que tiene establecida la investigada para llevar a cabo sus actividades en el mercado, sino que por el contrario, éstos se encuentran subordinados a lo que ésta les indique y ésta a su vez, se prevalece de dicha figura creada por ella, para poder realizar dentro de su proceso como proveedor de bienes y/o servicios que emplea medios electrónicos a través de los cuales realiza comercio electrónico, la entrega efectiva de lo que adquieren los consumidores, para que éstos puedan disfrutarlos y utilizarlos y así perfeccionar la relación de consumo que surge a través de su portal.

Por otro lado, se tiene del análisis de los documentos referidos como “*términos & condiciones de uso plataforma virtual Rappi consumidor*” y “*términos & condiciones de uso plataforma virtual ‘RAPPITENDERO’*” que allegó el representante legal de la investigada en su escrito de respuesta

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

identificado con el número 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018 y que fueron expuestos previamente, que la relación que surge entre el *Rappitendero* y los usuarios, es mediante una figura jurídica denominada “*contrato de mandato remunerado celebrado por medios electrónicos*”, consistente en un acuerdo de voluntades entre éstos y en el que el usuario solicita a través de la plataforma, la gestión de un encargo a ese *Rappitendero*, quien lo cumplirá por cuenta y riesgo del primero a cambio de recibir una remuneración como contraprestación, que en este caso particular, será la propina por ejecutar el domicilio.

Al respecto, debe indicarse que en Colombia se encuentra tanto en el Código Civil como en el Código de Comercio regulado legalmente el contrato de mandato, entendido como aquél en que una persona confía la gestión de uno o más negocios, la celebración o ejecución de uno o más actos de comercio a otra, que se hace cargo de ellos por cuenta y riesgo de la primera. Así, quien concede el encargo, se llamará comitente o mandante y el que lo acepta, será el mandatario. Igualmente, se contempla la posibilidad legal de que el mismo sea bien gratuito o remunerado, con y sin representación²¹.

En ese orden y viendo lo correspondiente a dicho contrato en los documentos antes expuestos y las explicaciones dadas por el representante legal suplente sobre este aspecto, se tiene que dicha figura tiene ciertas características que convergen con la noción del mandato contemplada en la norma, como que el mismo es de carácter remunerado, toda vez que se indica que existirá una contraprestación y adicionalmente, el mismo será sin representación.

De esta forma, los consumidores ingresan a la plataforma “*RAPPI*”, hacen la búsqueda de los bienes y/o servicios que necesitan y desean adquirir, los seleccionan, escogen el medio de pago dentro de las opciones que brinda la misma, se envía el pedido y esa orden aparece automáticamente en la plataforma “*Rappitendero*”, quien tiene la posibilidad de aceptar o rechazar el encargo, dependiendo por ejemplo, de la geolocalización del pedido en relación con el lugar donde se encuentra en ese momento el *Rappitendero*.

En este último caso y de acuerdo con los “*términos & condiciones de uso plataforma virtual ‘RAPPI’*”, en el evento en que se rechace por un *Rappitendero* recoger el encargo para la posterior entrega al usuario, la solicitud del consumidor vuelve y se posiciona automáticamente en la plataforma “*Rappitendero*”, para que otro mandatario pueda gestionar la misma; así y una vez se hace el trámite correspondiente, se señala que dicho contrato se perfecciona una vez se entrega el encargo realizado.

No obstante, de lo anteriormente expuesto, se advierte que entre el lapso en que se tramita la solicitud y se le entrega efectivamente al usuario lo solicitado, se presenta lo correspondiente al pago y en ese caso, si bien se indica que los sujetos que intervienen aquí son los consumidores y los *Rappitenderos* y que los primeros le pagarán directamente a los segundos, la investigada tiene una injerencia sobre este aspecto, toda vez que, al observarse los documentos “*términos y condiciones de uso de plataforma ‘RAPPI’*” y “*términos & condiciones de uso plataforma virtual ‘RAPPI’*”, se advierte en similares términos, la siguiente estipulación:

- “*Términos y condiciones de uso de plataforma ‘RAPPI’*”:

“(…) g) Pago. El Consumidor realizará el pago directamente al Mandatario. No obstante lo anterior, el Operador se subroga en los créditos pagaderos al Mandatario por autorización de éste último (…)”. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

- “*Términos & condiciones de uso plataforma virtual ‘RAPPI’*”:

“(…) PAGOS. Por medio de estos términos y condiciones el MANDATARIO subroga al OPERADOR en sus derechos como acreedor frente al Consumidor (…)”. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

En ese sentido y si bien es cierto que el pago es un modo de extinguir las obligaciones, el pago por subrogación es una modalidad de realizar el mismo, consistente en la transmisión de los derechos del acreedor a otra persona que asume su posición jurídica respecto de los mismos, es decir que en este caso, originariamente el consumidor le debe pagar al *Rappitendero* lo que le debe, pero bajo esta estipulación, la investigada se subroga en los créditos que el usuario tendría que sufragarle al *Rappitendero*, convirtiéndose entonces en su acreedor.

²¹ CÓDIGO CIVIL DE COLOMBIA. Artículos 2142 a 2199 y CÓDIGO DE COMERCIO DE COLOMBIA. Artículos 1262 a 1286.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Ahora y si bien el representante legal suplente señaló en su declaración de parte, que el consumidor le pagaba al *Rappitendero* y que ese no era un ingreso para la investigada, situación igualmente expuesta en los escritos de defensa, se advierte de tal disposición contractual, que éste no actuaría como un simple portal de contacto, sino que tendría una injerencia en ese pago, ya que se puede convertir en un acreedor del consumidor, bajo la modalidad de subrogación de los derechos patrimoniales que le corresponden al mandatario.

De tal manera y si bien es cierto que, los consumidores deben aceptar previamente dichos términos y condiciones previo al uso de la plataforma, dicha figura jurídica resulta ser compleja para un consumidor medio y/o racional²², por lo que puede verse abocado a un desconocimiento del negocio jurídico celebrado, máxime si se tiene en cuenta que por la forma en que está contemplado este tipo de mandato presenta otros elementos diferentes a las características inicialmente aludidas, tales como que el mismo puede ser revocado no por él que es el mandante sino también por la investigada, pues ésta puede cancelar las transacciones y es quien en últimas rendiría cuentas de la gestión, aun sin ser el mandatario.

Lo anterior, encuentra sustento en el documento *“Términos y condiciones de uso de plataforma ‘RAPPi’*, en los que se indica, entre otras cosas, respecto del *“funcionamiento de la plataforma”* y *“términos y condiciones (específicos) botones/secciones Rappi”*, que: *“(…)Cuando por errores de carácter tecnológico se exhiban precios erróneos de los productos en la Plataforma, que evidentemente resultan desproporcionados, comparativamente con el precio del producto en el mercado, el Operador podrá cancelar la(s) órdenes realizadas de productos con dichos precios, a su libre discreción y con plena autonomía (…)*” y *“(…)Rappi se reserva el derecho de cancelar cualquier orden que se genere a través de su plataforma, con el fin de evitar cualquier tipo de fraude. Rappi realizará las verificaciones correspondientes y cancelará la orden sin previo aviso al usuario”*.

En ese sentido, resulta claro que la investigada se prevale de dicha figura para concretar y perfeccionar la relación de consumo y además es ella quien se beneficia de manera directa de las gestiones del *Rappitendero*, así el sujeto pasivo haya manifestado a través de su representante legal suplente en la declaración de parte previamente analizada, que no tiene un control sobre los mismos.

Asimismo, se advierte que como uno de los deberes de la investigada, está el de *“(…) Enviar al correo electrónico suministrado por el Consumidor resumen del encargo y constancia de la transacción (…)*”.

En ese orden y si bien existe un tercero denominado mandatario para gestionar el encargo de los consumidores, la investigada tiene una injerencia directa en esa relación que se da a través de su plataforma, toda vez que ésta al establecer dicha disposición tanto en los términos y condiciones que se le dan a conocer al usuario como los que debe aceptar el *Rappitendero*, participa de forma directa en una fase esencial de las transacciones que se llevan a cabo en su plataforma y tiene la facultad de subrogarse en los créditos y posición de éste último, reemplazándolo y convirtiéndose en el acreedor del usuario en dicha situación; tan es así que el mismo sujeto pasivo de esta actuación, reconoció en sus escritos de defensa, que cuando se realizaban los pagos a través de medios diferentes al efectivo, los valores adeudados por los consumidores a los *Rappitenderos* ingresaban a sus arcas, así posteriormente éste se los entregara a los mandatarios cuando acumularan \$30.000.

Así las cosas y analizado lo anterior, este Despacho no puede acoger los argumentos de defensa expuestos, acerca de que se limita a poner a disposición personas naturales en su plataforma y que los consumidores puedan simplemente contactar a los *Rappitenderos*, ya que de conformidad con lo anterior, ésta se prevale de dicha figura para realizar la entrega de los bienes que adquieren los consumidores a través de su plataforma para que se perfeccione la relación de consumo y además, tiene la facultad convencional y/o contractual de subrogarse en la posición del mandatario frente al consumidor y, por ello, escaparía de la noción de un simple portal de contacto, para ubicarse en la de comercio electrónico, toda vez que sus conductas resultan estar inherentemente relacionadas con la comercialización de bienes y/o servicios ofrecidos en su plataforma.

41.1.2.5.2. Frente a la atención de las peticiones, quejas, reclamos, facilitaciones y demandas presentadas por los consumidores.

Por otra parte y si bien es cierto que existe como se analizó anteriormente, unos contratos de cooperación y colaboración entre la investigada y los aliados comerciales, así como un contrato de

²² Aquél que interpreta la información en forma natural en la que le es transmitida sin darle a las palabras un alcance distinto del que naturalmente tienen e interpretándolas en una forma superficial, sin realizar un análisis profundo o detallado, tal como lo haría una persona que no tiene un conocimiento especializado del producto o servicio anunciado. Cfr. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Delegatura para la Protección del Consumidor. Resolución N°. 21882 de 25 de abril de 2013.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

mandato entre los *Rappitenderos* y los usuarios, resulta importante poner de presente, que dichas situaciones de acuerdo con el material que obra en el plenario, no desdibujan el hecho de que los usuarios presentan denuncias, peticiones, quejas y reclamos ante el sujeto pasivo de esta actuación y éste les da trámite directo a las mismas.

Así y como se expuso previamente por esta Dirección al analizar los acuerdos allegados por la investigada, se advirtió que de los denominados “*colaboración market place*”, existía una cláusula de “*servicio al cliente*”, en la que se señaló que el aliado era el encargo de prestar el servicio al cliente a los consumidores salvo cuando se tratara de un pago realizado en la plataforma, así:

“(…) Servicio al Cliente. El encargado de prestar servicio al cliente al usuario/consumidor en relación con cualquier cuestión relacionada con las órdenes, diferente al pago relacionado con algún Método de pago in-app, es el Aliado. De esta manera, en caso de que el usuario/consumidor requiera asistencia con su orden, éste deberá comunicarse directamente con la línea telefónica de atención al cliente del Aliado.

En caso de presentarse cualquier reclamación, queja o pregunta en relación con algún Método de pago in-app, el usuario/consumidor podrá interponerla y recibir asistencia del servicio al cliente de Rappi (…).”

Sin embargo, al analizar los elementos que obran en el plenario y particularmente, la declaración de parte radicada con el número 18-256766-61 del 9 de enero de 2020, los consolidados de PQR's que allegó la investigada a través de los radicados números 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018, 19-47248-5 del 13 de junio de 2019, 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, las denuncias de los señores **MARÍA CAMILA GARCÍA** (19-47248), **CAROLINA HERRERA SMALL** (18-247095), **RAÚL ALFONSO ROJAS RAMÍREZ** (18-265955) y **MICHAEL STEVEN MEDINA GUERRERO** (18-282779), se pudo advertir, por un lado, que los consumidores presentaron directamente sus peticiones, quejas o reclamos ante *RAPPI* y, por otro lado, que fue el sujeto pasivo quien atendió las PQR's estuvieran o no relacionadas con los métodos de pago.

Aunado a ello, el representante legal suplente en su declaración de parte, cuyo soporte se encuentra radicado con el número 18-256766-61 del 9 de enero de 2020, indicó lo siguiente:

Pregunta apoderado de la investigada: “Un último punto que es igualmente importante para el Despacho, quiero que usted nos explique ¿quién responde por la calidad de los productos que adquiere un consumidor?”

Respuesta: “Directamente el aliado comercial, Rappi no comercializa el producto, entonces nosotros no podemos por la calidad de un producto sobre el cual no tenemos ninguna injerencia o digamos influencia, ¿sí? digamos los zapatos salen defectuosos, quien debe responder directamente es Adidas o la empresa Bosi o cualquiera de los aliados que tenemos, por otro lado en el mismo sentido, en cuanto al tema de la comida, Rappi al no tener ningún tipo de injerencia ni ningún tipo de influencia en la preparación de los productos, pues nosotros no respondemos por la calidad de los productos, porque quien debe responder por eso es el aliado comercial, entonces digamos pues nosotros nos involucramos de alguna u otra manera para ayudarle y facilitarle al consumidor a que tenga soluciones más rápidas y nosotros después por decirlo de alguna manera arreglamos con el aliado comercial, es un tema de compensación porque sería muy engorroso y es muy engorroso y digamos pues la gran ventaja que tiene estas plataformas es ofrecerle una variedad de soluciones adicionales al consumidor para que el consumidor tenga una protección adicional y digamos si la hamburguesa llegó defectuosa, tener que reclamar ante el restaurante porque el restaurante se va a demorar mucho más tiempo, entonces pues si digamos si quiere una devolución en el pedido, en los productos, Rappi se la va a solucionar, no se lo va a solucionar, le va a ayudar a que se le solucione de una manera más rápida, Rappi después compensa con el aliado, pero digamos que nosotros no respondemos directamente de los productos, pero en pro de la protección del consumidor buscamos dar unas soluciones adicionales para que pues digamos tenga, como nosotros los llamamos dentro de Rappi, una experiencia de usuario mucho mejor de la que tendría o bien en otras plataformas o bien haciendo directamente un reclamos ante el aliado comercial”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 23:38 en adelante).

Pregunta apoderado de la investigada: “Eso último que usted acaba de decir me parece muy importante, nos dijo que quien responde por la calidad del producto es el aliado comercial pero que Rappi ayuda al consumidor para solucionar las inconformidad, usted nos puede explicar un poco más en detalle cómo gestiona Rappi una petición, una queja o un reclamo de un consumidor frente a un aliado comercial?”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Respuesta: “Eso es un tema importante que creo que ha sido que la sic nos ha solicitado cierto tipo de aclaraciones, Rappi tiene un departamento de servicio al cliente, precisamente como les decía para que el usuario tenga una mejor experiencia de usuario y para facilitarle las cosas y darle una solución mucho más pronta que le daría el aliado comercial directamente, por temas de que el reclamo ante los aliados comerciales por experiencia de cómo se manejaba antes en estas plataformas era muy malo, entonces digamos que nosotros tenemos un departamento de servicio al cliente en el cual se recibe la petición, queja o reclamo, se le da un trámite, el consumidor dentro de esa aplicación puede ver cómo esta esa solución ese trámite y puede solicitar la devolución del dinero, que se le cambie el producto que se le vuelva a enviar, y como les decía, posteriormente nosotros y con el equipo de servicio al cliente, se revisa eso, se le pasa al aliado comercial y nosotros nos entendemos con el aliado comercial, pero no metemos al consumidor en ese proceso para que no tenga digamos que estar permanentemente involucrado, sino que Rappi se encarga de darle una solución al consumidor y nosotros arreglamos con el aliado para que la cadena sea mucho más limpia y tenga como lo decía, tenga una experiencia de usuario mucho más sencilla, ehmm ¿queda claro o quiere que precise algo más?, digamos lo que hay que entender es que todo esto es en pro del consumidor, no es como buscando que el aliado se libere de algún tipo de responsabilidad, es buscando también ayudarlo al aliado a que solucione, es una solución de ambos lados, ayudarlo al aliado a que no tenga tanta fricción con el cliente y también ayudarlo al consumidor a que no tenga la fricción que es muy lenta con el aliado por la calidad del producto.

Les pongo un ejemplo muy sencillo, el aliado recibe como les decía ahorita el pedido que ordenó el usuario, digamos yo Diego Alonso solicité una hamburguesa callejera, con papas fritas malteada de vainilla y coca cola Zero, y el corral por cosas de la vida, me mandó fue una manzana postobón en vez de la coca cola Zero y una malteada de fresa, en vez de la malteada de chocolate, ahí claramente Rappi no tiene responsabilidad porque yo no estoy involucrado en la preparación de los productos ni soy yo quien empaca los productos en la bolsa, por ejemplo y eso sale sellado directamente al consumidor porque el Rappitendero no tiene por qué manipular eso, entonces cuando llega el producto y el usuario la recibe dice uy!, me llegó la hamburguesa...me llegó la manzana postobón y yo pedí fue coca cola y me llegó la malteada me voy a quejar, entonces obviamente la gente dice me voy a quejar ante Rappi, porque piensan que Rappi fue el de la embarrada y no pues el error fue realmente del aliado, entonces uno se mete a la plataforma, va al centro de ayuda, que es donde uno puede digamos poner la queja, eso se lo hemos compartido a la superintendencia, como es el proceso, videos, imágenes, solicito y pongo, me llegó mal el producto coca cola y me llegó mal el producto malteada, entonces Rappi inmediatamente le plantea unas opciones al consumidor para solucionarle rápidamente, quiero que me envíen el producto correcto, quiero mi devolución del dinero y con base en eso, el usuario después puede decir cómo quiere recibir el dinero si lo quiere digamos que se le devuelva su tarjeta de crédito, su dinero en efectivo, ahí hay varias opciones que tienen el usuario, pero es para facilitarle la vida inmediatamente y que el usuario no tenga que estar envuelto en eso si después el producto llega mal como efectivamente paso en este caso, Rappi va ante el corral y les dice, señores corral, en todos los productos que ustedes hicieron en este mes se evidenció precisamente por una PQR que envió a través del centro de ayuda el usuario consumidor, todo esto llegó mal nosotros necesitamos una compensación, porque pues esto es un error de ustedes y no nuestro y con el aliado comercial nos entendemos y el aliado comercial responde por esto y nosotros así compensamos porque nosotros ya le solucionamos al consumidor, pero es precisamente para que sea mucho más dinámico, eficiente y rápido que nosotros con un departamento de servicio al cliente ayudemos tanto al aliado comercial a resolver ese tipo de conflictos que se generan y darle una solución más pronta al consumidor, básicamente sería eso. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 25:40 en adelante).

Dirección: “¿Quién decide sobre la reclamación si prospera o no la solicitud del quejoso?”

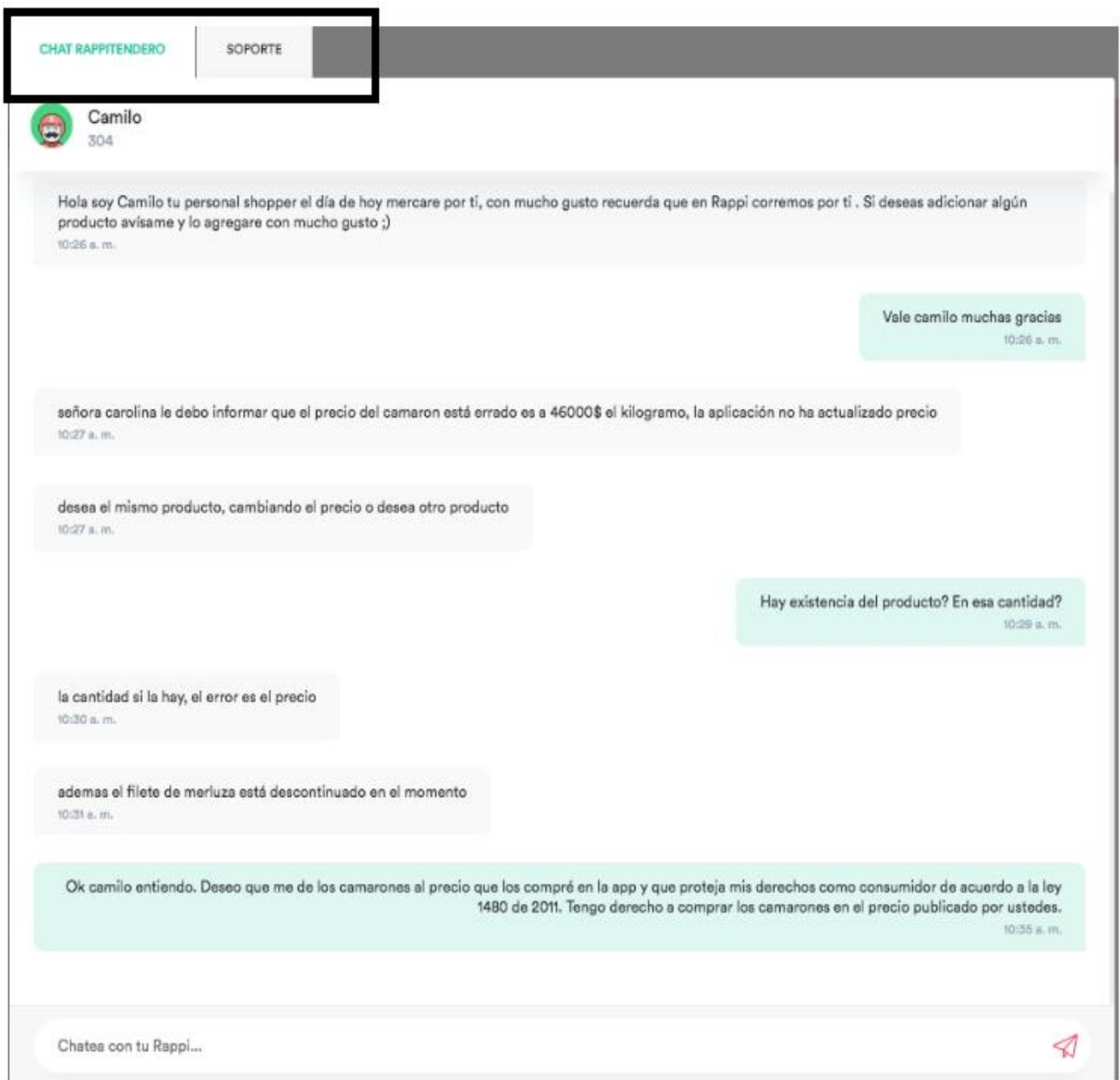
Respuesta: “se hace una evaluación de la situación, por seguir con el ejemplo que habíamos planteado ahorita, en el caso de la malteada y la gaseosa equivocada, se confirma con el aliado si efectivamente la malteada o la coca cola salió mal y con base en esa información Rappi toma una decisión en el servicio al cliente si se prospera o no devolver el dinero o cambiarle el producto al consumidor, digamos que eso se evalúa, pero como les decía muchas veces y para ser muy claro y esto es algo que para facilitarle la vida al consumidor, muchas veces ni siquiera se confirma si la coca cola salió mal o no, si el usuario ingresa a la plataforma y pone me llegó mal la coca cola, inmediatamente puede tener la devolución del dinero y le va a quedar reflejado, obviamente si es un tema de devolución a tarjeta de crédito, ustedes saben que por las entidades bancarias eso no depende de Rappi, se demora un tiempo en verse reflejado nuevamente en el extracto, pero ni siquiera a veces ni se confirma, se cree en la buena fe del usuario, el consumidor y se dice ok, me llegó mal el producto y se le devuelve ahí mismo el dinero o se le solicita que se le cambie se genera la orden

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

inmediatamente para que le vuelva a llegar el producto, ya después nosotros hacemos la evaluación con el aliado como les decía y verificamos con el sistema del aliado si efectivamente el producto que fue enviado salió mal pero realmente como les decía y en pro del consumidor y de sus derechos, nosotros muchas veces ni verificamos porque nosotros lo que necesitamos es que el usuario tenga la mejor experiencia posible, y en esa medida, con solo dar click, yo les podría explicar ahorita si quieren sería bueno poder mostrar el ejemplo, con poner ese producto llegó mal, ahí mismo se devuelve el dinero al consumidor básicamente así funciona (...). (Subrayado fuera de texto) (Minuto 37:22 en adelante).

Sumado a lo anterior, este Despacho igualmente evidenció frente a este aspecto que la investigada efectivamente cuenta con un servicio de soporte al cliente mediante los canales denominados “*chat Rappitendero*” y “*soporte*” y que los mismos se encuentran interconectados, toda vez que al revisar la denuncia presentada por la señora **CAROLINA HERRERA SMALL** (18-247095), ante esta Entidad, se observó de los elementos probatorios que fueron allegados, que tanto el “*chat Rappitendero*” como “*soporte*” se encuentran enlazados y a su vez, los consumidores pueden interactuar de forma paralela con ambos canales, así:

Imagen N° 40 (Anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018)



“Chat Rappitendero

Camilo: hola soy Camilo tu personal shopper el día de hoy mercaré por ti, con mucho gusto recuerda que en Rappi corremos por ti. Si deseas adicionar algún producto avísame y lo agregaré con mucho gusto 😊

Consumidor: vale camilo muchas gracias

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Camilo: señora carolina le debo informar que el precio del camarón está errado es a 46000\$ el kilogramo, la aplicación no ha actualizado precio

Camilo: desea el mismo producto, cambiando el precio o desea otro producto

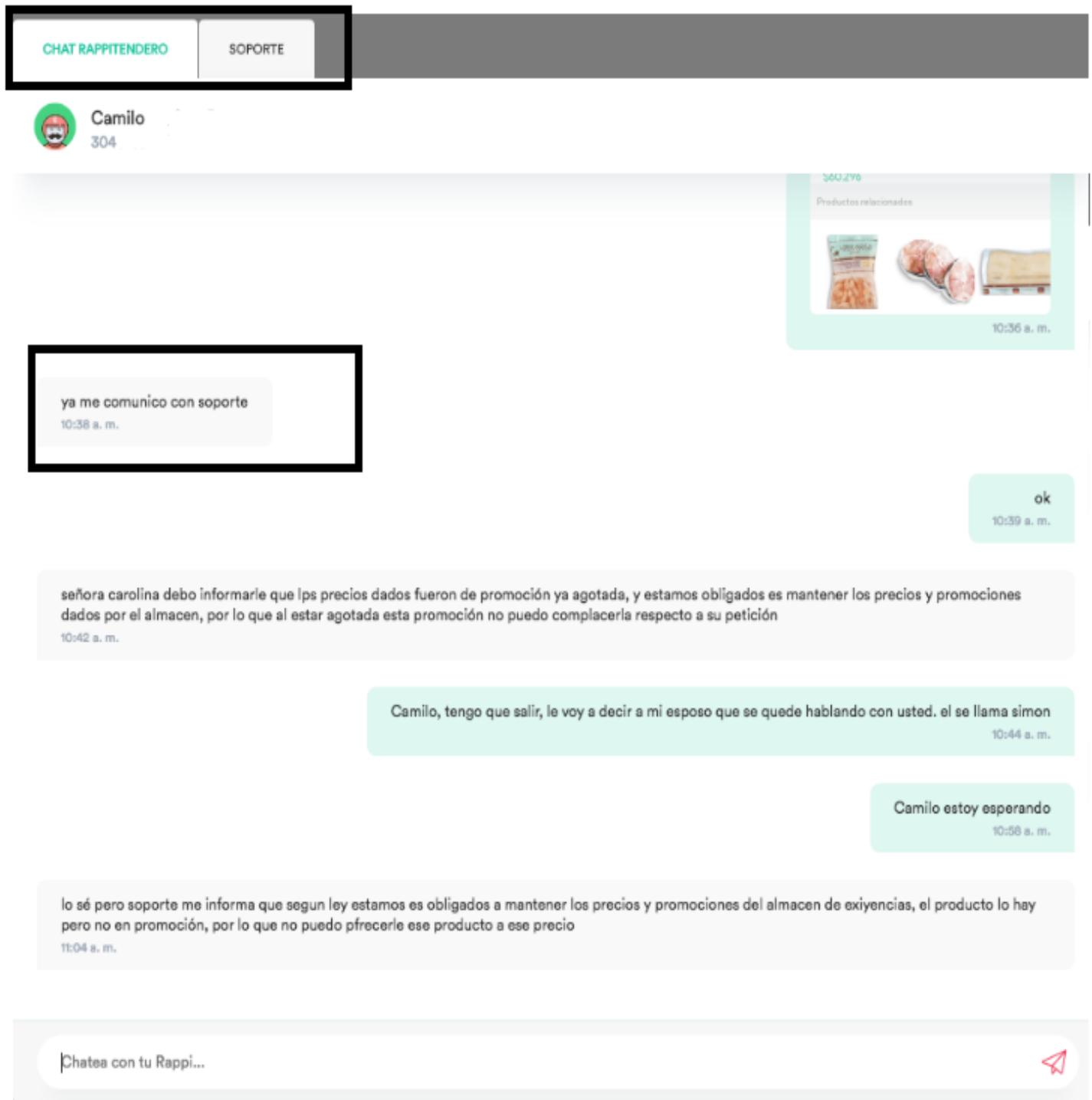
Consumidor: hay existencia del producto? En esa cantidad?

Camilo: la cantidad si la hay, el error el precio

Camilo: además el filete de merluza está descontinuado en el momento

Consumidor: Ok camilo entiendo. Deseo que me de los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar los camarones en el precio publicado por ustedes”.

Imagen N° 41 (Anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018)



“Chat Rappitendero

Camilo: ya me comunico con soporte

Consumidor: ok

Camilo: señora carolina debo informarle que los precios dados fueron de promoción ya agotada y estamos obligados en mantener los precios y promociones dados por el almacén, por lo que al estar agotada esta promoción no puedo complacerla respecto a su petición.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Consumidor: camilo, tengo que salir, le voy a decir a mi esposo que se quede hablando con usted, se llama simón

Consumidor: camilo estoy esperando

Camilo: lo sé pero soporte me informa que según ley estamos es obligados a mantener los precios y promociones del almacén de existencias, el producto lo hay pero no en promoción, por lo que no puede ofrecerle ese producto o ese precio”. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

Imagen N° 42 (Anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018)

The screenshot shows a chat interface with a header containing 'CHAT RAPPITENDERO' and 'SOPORTE'. The chat history includes the following messages:

- Soporte:** buenos días carolina, nos comunicamos contigo para informarte que en el momento no es posible hacer garantía de los precios que solicitas en el momento. (10:59 a. m.)
- Soporte:** sin embargo podemos garantizarte los precios de costo del almacén. (11:00 a. m.)
- Soporte:** esto dado a que en nuestros terminos y condiciones estamos sujetos a disponibilidad de existencias de las promociones en el punto de venta. (11:00 a. m.)
- Soporte:** deseas continuar con el pedido? (11:01 a. m.)
- Consumidor:** Y cual es la razón para vulnerar los derechos e incumplir la ley 1480 de 2011. (11:01 a. m.)
- Consumidor:** Deseo que me de los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar los camarones en el precio publicado por ustedes. (11:01 a. m.)

At the bottom of the chat, there is a product card for 'Camaron jumbo' with a price of \$60.296 and a note 'Productos relacionados'. The chat input field at the bottom says 'Chatea con tu Rappi...'.

“Soporte

Soporte: buenos días carolina, nos comunicamos contigo para informarte que en el momento no es posible hacer garantía de los precios que solicitas en el momento.

Soporte: sin embargo podemos garantizarte los precios de costo del almacén.

Soporte: esto dado a que en nuestros términos y condiciones estamos sujetos a disponibilidad de existencia de las promociones en el punto de venta

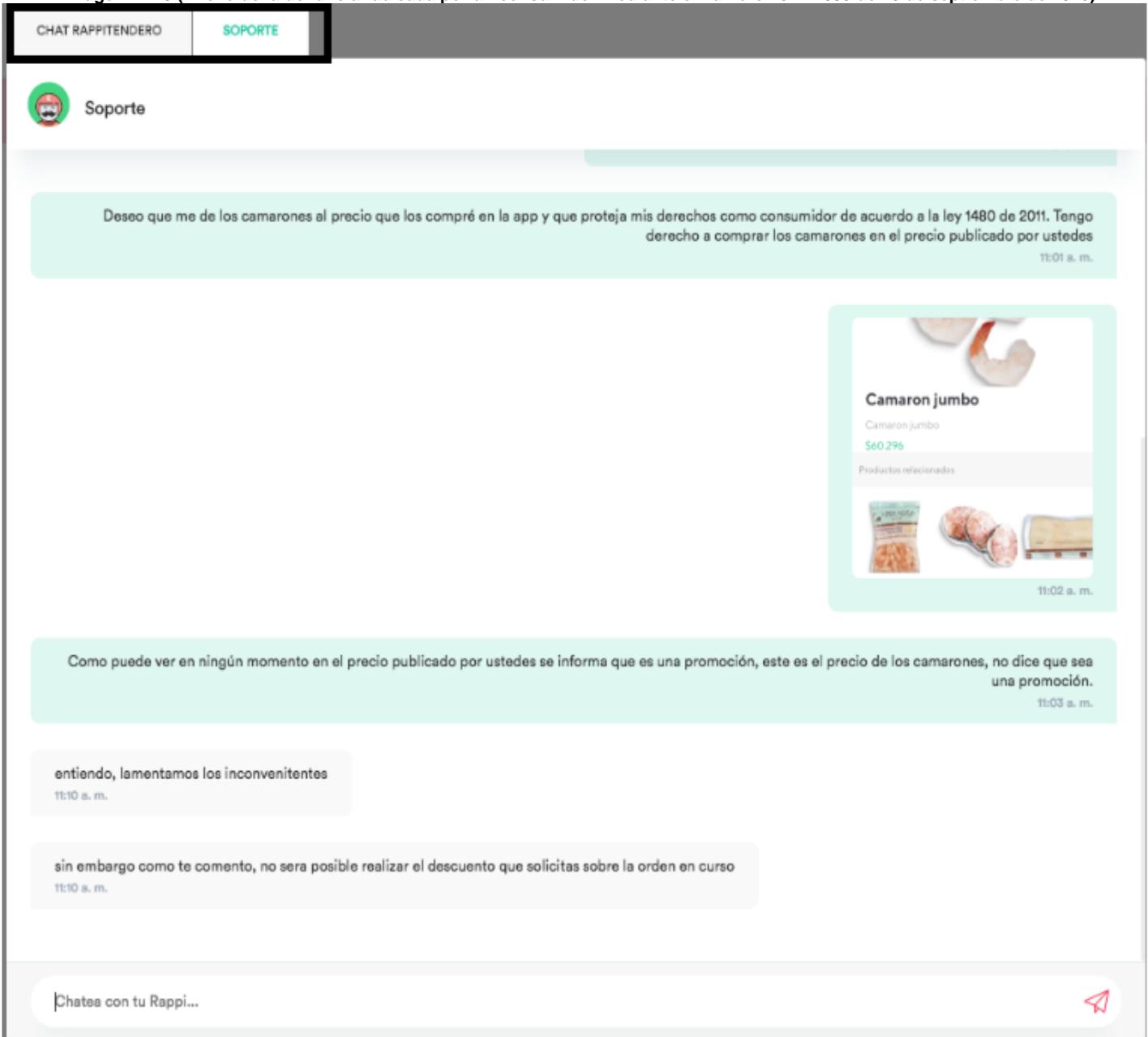
Soporte: Deseas continuar con el pedido?

Consumidor: y cuál es la razón para vulnerar los derechos e incumplir la ley 1480 de 2011

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Consumidor: deseo que me de los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar los camarones en el precio publicado por ustedes (...).”

Imagen N° 43 (Anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018)



“Soporte:

Consumidor: deseo que me dé los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar lo camarones en el precio publicado por ustedes

Consumidor: imagen “camarón jumbo 460.296”

Consumidor. Como puede ver en ningún momento en el precio publicado por ustedes se informa que es una promoción, este es el precio de los camarones, no dice que sea una promoción.

Soporte: entiendo, lamentamos los inconvenientes

Soporte: sin embargo como te comento, no será posible realizar el descuento que solicitas sobre la orden en curso”.

De las anteriores imágenes expuestas, se advierte que efectivamente la investigada atiende y tramita las PQR's que se presentan por los consumidores y aunque indica que es para solucionarle a éstos su inconformidad y como lo puso de presente tanto en la referida declaración de parte como en sus escritos de defensa, que en los casos de devolución de dinero existe una compensación de cuentas con sus aliados, este Despacho debe indicar, que lo cierto es que el consumidor acude ante el sujeto pasivo directamente y éste tramita las PQR's que se interpongan, por lo que no se explica cómo si es un portal de contacto, entra a hacer parte interviniente en esa relación de consumo, máxime cuando

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

la norma que aplica para esta noción, no prevé la existencia de tal posibilidad, sino que lo que preceptúa como obligación es el de exigirles a los oferentes que hacen uso de su plataforma, a que provean la información que permita su identificación, para que la misma pueda ser consultada por quien haya comprado un producto con el fin de presentar una queja o reclamo.

Así y si bien se evidencia la existencia de una cláusula contractual dentro de los acuerdos denominados de colaboración Market Place que allegó el sujeto pasivo y que determina que es un tercero el que debe atender al usuario frente a cualquier situación que se presente en el desarrollo de la relación de consumo, salvo cuando se trate de medios de pago, lo cierto es que, la investigada entra en un contacto directo con los consumidores para solucionar cualquier petición, queja y/o reclamo, tal y como lo puso de presente el representante legal con los consolidados de PQR's allegados, así como el representante legal suplente con sus manifestaciones realizadas en la declaración de parte practicada dentro de esta actuación administrativa.

Aunado a ello y si la cláusula en comento se ejecuta a cabalidad, deja en evidencia que se está frente a proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico, , ya que como previamente se estudió la investigada cuenta con sus propios medios de pago y en la misma se indica que en ese caso, el aliado comercial no le correspondería brindar el servicio al cliente.

En ese orden de cosas y en lo referente a los argumentos de defensa según los cuales su actuación se circunscribe es a ofrecer un buen servicio al cliente y que pensar que porque presta atención y soporte la convierte en una plataforma de comercio electrónico es una situación ilógica, máxime cuando los consumidores saben ante quien adquieren los productos, este Despacho debe indicar frente a los mismos, que no pueden ser acogidos, ya que como se ha expuesto a lo largo del presente estudio, la investigada obtiene ingresos derivados del éxito de las transacciones que se desarrollan en su portal, tiene métodos de pago propios, se vale de los *Rappitenderos* para que se produzcan las entregas de los bienes y se perfeccionen las relaciones de consumo, tiene la facultad de subrogarse en los créditos del mandatario ante el usuario, entra en contacto directo con los consumidores para resolver cualquier tipo de PQR's que éstos presenten; de tal manera que la situación aquí analizada, no es un hecho que deba verse aislado respecto de toda la operación comercial que el sujeto pasivo desarrolla entorno a su plataforma.

Además, no puede perderse de vista, que contrario a lo manifestado, para los usuarios no es claro que adquieren un producto ante un aliado y que en la plataforma no se compran ni venden bienes y/o servicios, ya que si bien es cierto que éstos encuentran una amplia gama de posibilidades para poder satisfacer sus necesidades particulares, éstos frente a cualquier eventualidad que se presente en la relación de consumo, acuden es directamente ante el sujeto pasivo que les proveyó el servicio a través de la plataforma virtual; así y a modo de ejemplo, se tiene que al consultar el consolidado de PQR's que allegó el representante legal del sujeto pasivo a través del radicado número 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018, los usuarios presentaron durante abril a octubre de 2018, peticiones, quejas y/o reclamos relacionados con aspectos diversos pero intrínsecamente relacionados con la relación de consumo llevada a cabo en la plataforma, como *“problemas con mis productos”*, *“trajeron un producto diferente”*, *“mi pedido llegó incompleto”*, *“mi pedido no fue entregado”*, *“se canceló mi pedido y me cobraron”*, *“me cobraron dos veces”* y el sujeto pasivo en todos los casos fue quien de manera directa les dio la respectiva gestión y trámite.

De igual manera, este Despacho no puede acoger las manifestaciones de la investigada expuestas en sus escritos de defensa, acerca de qué sirve como canal de comunicación entre las partes y que por eso es un portal de contacto, ya que de los elementos que reposan en el plenario, no se advierte que en la atención de PQR's converjan directamente consumidores y aliados comerciales, sino que ésta a través de su propio departamento de atención al cliente atiende las solicitudes de los usuarios y adicionalmente, se le debe recordar que la norma que regula a los portales de contacto, no establece como ya se mencionó dicha posibilidad, sino que lo que determina es poder exigirle al oferente su información, para que ésta esté disponible a los usuarios frente a cualquier queja o reclamo.

Igualmente y frente al argumento de la investigada expuesto en sus escritos de defensa acerca de que éste Despacho *“asumió”* que mediante los canales de atención: *chat Rappitendero* y soporte al cliente ésta entablaba un diálogo con el consumidor y que lo cierto era que prestaba un buen servicio como portal de contacto y facilitaba la comunicación entre los usuarios y los *Rappitenderos*, esta Autoridad debe indicar que dicha manifestación es parcialmente cierta, ya que como se vio anteriormente en las imágenes expuestas, el área de soporte y la sección de *“chat Rappitendero”* se encuentran interconectadas, permitiéndole al consumidor poder interactuar con ambos, pero el *Rappitendero* no puede atender la PQR directamente ni puede darle trámite, toda vez que ésta supeditado a lo que le instruya el departamento de atención al cliente de la investigada.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Asimismo y como se indicó previamente, el hecho que en la plataforma exista tal circunstancia y que el sujeto pasivo entre en contacto directo con el usuario, escapa de la órbita de la definición de portal de contacto, ya que la misma como previamente se indicó, le establece la obligación al operador de la misma a exigirle al oferente su información, para que ésta esté disponible a los usuarios frente a cualquier queja o reclamo, no para que éste atienda y de trámite a las solicitudes de los consumidores.

Por ello, llama la atención que la investigada en sus escritos de defensa reitere su posición de ser un portal de contacto y que argumente que lo que hace es un seguimiento de las operaciones, así como facilitar las PQR's que se presentan frente a aliados y *Rappitenderos*, cuando lo que se observa de la norma que regula tal noción, es que no está contemplada legalmente tal posibilidad.

De esta forma, lo que se advierte en este caso, es que ésta tiene en funcionamiento un departamento propio de servicio al cliente, que no se limita solamente a suministrar la información del oferente que hace uso de su portal para que los usuarios presenten ante éstos las quejas o reclamos, sino que entra en contacto directo con los consumidores y les brinda como señaló el representante legal suplente, opciones para solucionar los inconvenientes que se presenten en el desarrollo de la relación de consumo.

Por otro lado y en lo concerniente a las demandas interpuestas por los consumidores, se pudo advertir del memorando remitido por la Superintendente Delegada para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio, mediante el radicado número 18-256766-8 del 8 de agosto de 2019, que existían contra la investigada en total 472 demandas en su contra, de las cuales 108 demandas se encontraban activas, correspondientes éstas últimas a los años 2018 y 2019 y finalizadas 364 y que fueron presentadas durante el lapso de 2016 a 2019, así:

Imagen N° 44 (Información remitida por la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales a través del oficio radicado N° 18-256766-8 del 8 de agosto de 2019)

**Estado demandas jurisdiccionales presentadas contra RAPPI S.A.S.
(2016 - 04 agosto 2019)**

Estado	2016	2017	2018	2019	Total
Activo	0	0	7	101	108
Finalizado	4	62	143	155	364
Total presentadas	4	62	150	256	472

Del mismo modo, se indicó que las infracciones demandadas por los consumidores contra el sujeto pasivo, correspondían a aspectos legales contemplados en el Estatuto del Consumidor, como el derecho de retracto, garantía e información y/o publicidad engañosa, así:

Imagen N° 45 (Información remitida por la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales a través del oficio radicado N° 18-256766-8 del 8 de agosto de 2019)

**Infracciones demandadas por los consumidores
contra RAPPI SAS
(2016 - 04 agosto 2019)**

Tipología	Total
Derecho de retracto	1
Garantía	13
Información y/o publicidad engañosa	15
Total general	29

Al respecto y teniendo en cuenta lo anterior, la investigada manifestó en sus escritos de defensa, que esta Dirección había supuesto que era un portal de comercio electrónico con base en que ésta comparecía como sujeto pasivo de las demandas antes reseñadas y que no se podía pretender con dicha conducta que se estaba auto implicando en una conducta indebida, ya que lo que hacía era ejercer sus derechos de defensa y contradicción y que atendía era al llamado de la justicia, por lo que era un argumento absurdo; sin embargo, debe aclarársele que esta Autoridad no realizó ningún supuesto, ya que de conformidad con el elemento probatorio antes referido, se advirtió que la investigada en dichas actuaciones actuó como el sujeto demandado por los consumidores independientemente del resultado de dichas demandas.

En ese sentido y si bien no es competencia de este Despacho cuestionar el fondo de las decisiones que toma dicha dependencia, si llama la atención el hecho que los consumidores hubieran adelantado

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

demandas en su contra y que hubieran puesto de presente presuntas violaciones a los derechos que les asisten como consumidores, respecto de las relaciones de consumo que se llevaron a cabo en dicha plataforma.

Igualmente y en lo que corresponde al argumento relacionado con que la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales “creó” a través de su jurisprudencia elementos adicionales para vincularla a dichos procesos, este Despacho debe reiterar que no es de su competencia cuestionar el fondo de las decisiones que tome dicha dependencia, máxime cuando las mismas han hecho tránsito a cosa juzgada, no obstante es pertinente ponerle de presente que la misma, en sus sentencias ha indicado que está legitimado por pasiva para comparecer en las acciones de protección al consumidor²³. Así mismo, es importante resaltar, que en alguna de esas decisiones, el juez ha condenado a la aquí investigada, por conductas relacionadas con su calidad de proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico, ordenando mantener las condiciones ofertadas en la plataforma²⁴.

Igualmente, y en lo que corresponde a que por el hecho de comparecer en trámites administrativos, dicha situación no implica que fuera un portal de comercio electrónico y que dicho argumento era absurdo, esta Dirección debe indicarle que, contrario a lo manifestado por ésta, el mismo no resulta ser ilógico, toda vez que previamente ésta fue parte de otra investigación administrativa (radicado 15-238747) en la que resultó sancionada y en la que se le reconoció la calidad de proveedor de bienes y servicios a través de su plataforma de comercio electrónico.

En ese sentido y si bien es cierto que en ese caso, en sede de reposición se modificó el monto de la sanción de dicha investigación, se confirmó la calidad de plataforma de comercio electrónico que se le reconoció desde el acto administrativo de formulación de cargos, calidad que no fue cuestionada en ningún momento por el sujeto pasivo de esta actuación hasta ahora.

Así las cosas y teniendo en cuenta las anteriores consideraciones, se puede indicar que las manifestaciones de la investigada no pueden ser acogidas y por el contrario, se advierte su injerencia en las relaciones de consumo que se desarrollan en su plataforma, toda vez que tiene la facultad de atender las peticiones, quejas, reclamos y demandas, circunstancias que en suma, permiten establecer que ésta no actúa como un portal de contacto, sino que es un proveedor habitual de bienes y servicios a través de su plataforma de comercio electrónico.

41.1.2.5.3. Frente a conductas realizadas en su plataforma y que son reguladas por el Estatuto del Consumidor:

41.1.2.5.3.1. Frente a la publicidad, promociones y ofertas:

De otra parte y como se expuso previamente, la investigada tiene contemplado dentro de su objeto social, lo siguiente:

“(...) La sociedad a través de la plataforma virtual realizará las siguientes acciones:

A) Exhibir diferentes productos de consumo de forma publicitaria para que puedan servir de referencia a los consumidores,
(...)”. (Negrilla fuera de texto).

Asimismo, del documento denominado “*términos y condiciones de uso de la plataforma ‘Rappi’*” que fue presentado por el representante legal de la investigada mediante el radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, se advirtió lo siguiente:

*“(...) **Publicidad:** Es toda forma de comunicación realizada por el OPERADOR, con el fin de brindar información sobre productos, actividades comerciales y comunicar estrategias o campañas publicitarias o de mercadeo, propias o de terceros; realizada como mecanismo de referencia y no como oferta pública.*

CONTENIDOS

A través de la Plataforma el Operador podrá poner a disposición de los Consumidores información de carácter comercial y publicitario, propio o de terceros de conformidad a las

²³ SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales. Sentencia 9751 de 26 de agosto de 2019. “(...) Relación de consumo (...) Así, dado que coinciden los extremos de la controversia con los extremos de la operación de comercio electrónico, es claro que se satisface el presupuesto de la legitimación en la causa por activa y pasiva”.

²⁴ Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales - Sentencia N°. 16593 de 26 diciembre de 2019.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

buenas costumbres comerciales. En estos casos el Operador no avala, garantiza o compromete su responsabilidad frente a los servicios y/o productos que se comercialicen por estos terceros, ya que la Plataforma sirve como canal de comunicación y publicidad, mas no como herramienta de prestación de servicios. En consecuencia, es total responsabilidad de los Consumidores el acceso a los sitios que remite la publicidad, asumiendo la obligación de verificar y conocer los términos de los servicios ofrecidos por los terceros.

Toda la información puesta a disposición en la Plataforma como imágenes, publicidad, nombres, marcas, lemas y demás elementos de propiedad intelectual; son utilizados legítimamente por el Operador, sea porque son de su propiedad, porque tiene autorización para ponerlos a disposición, o porque se encuentra facultado para hacerlo en virtud de las decisiones 351 de 1993 y 486 de 2000 de la Comunidad Andina de Naciones y la ley 23 de 1982 (...).

Del mismo modo y al revisar los acuerdos de cooperación o de colaboración que fueron allegados por la investigada durante el curso del periodo probatorio mediante el radicado número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, este Despacho evidenció de su contenido, las siguientes obligaciones de los referidos aliados comerciales:

“(...) (vii) Autorizar el uso de la imagen de la marca por parte de Rappi para publicaciones físicas y digitales (ej. Instagram, flyers, etc.); (viii) Ubicar en un lugar visible el ‘hablador’ suministrado por Rappi y promocionar la alianza con Rappi a través sus redes sociales (...)”.

Aunado a lo anterior, el representante legal suplente en su declaración de parte llevada a cabo el 9 de enero de 2020 y cuyo soporte se encuentra radicado con el número 18-256766-61, manifestó frente al tema de la publicidad lo siguiente:

Dirección: *“¿En qué consisten las estrategias o campañas publicitarias o de mercado propias?, las campañas publicitarias que ustedes hacen digamos un poco para contextualizar, dentro de los términos y condiciones al hablar y definir la publicidad, se habla de las campañas publicitarias ¿sí?, información de campañas publicitarias que pueden ser propias o de terceros, entonces la pregunta puntual que quisiera conocer, es ¿En qué consisten las estrategias o campañas publicitarias o de mercado que hacen a través de la plataforma que son propias?”*

Respuesta: *“ok, hay digamos que pueden haber dos tipos de campañas publicitarias, una para promocionar digamos la descarga de la aplicación, para que pues el consumidor pueda acceder a todo tipo de verticales de los distintos tipos de servicios a los que se pueden acceder y por otro lado, están las campañas publicitarias que hacen directamente los aliados comerciales a través de Rappi, por ejemplo, digamos el corral, el corral quiere promocionar el combo de sus hamburguesas, entonces obviamente el espacio de la plataforma se presta para que el mismo aliado pueda promocionar sus productos y así digamos dinamizar sus ventas, llegar a un número mayor de consumidores, etc., entonces digamos que hay que dividirlos en dos: por un lado los consumidores van a acceder a las campañas de a pues pueden ver la publicidad que hace Rappi de su propia plataforma para que la gente la descargue y pueda hacer uso de la misma, y por el otro lado, los aliados comerciales hacen campañas publicitarias de sus productos, de los productos que ellos comercializan”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 7:51 en adelante).*

(...)

Dirección: *“Nos ha mencionado durante toda la diligencia que no comercializa, nos habló de la publicidad propia y la última pregunta que tendría es ¿Rappi hace publicidad de terceros de los aliados comerciales?”*

Respuesta: *Es decir, que nosotros promocionemos productos de...*

Dirección: *“Emitan publicidades con ofertas promociones, ¿Rappi hace publicidad de terceros?”*

Respuesta: *“Eso es algo que se puede ver así, pero en la práctica no ocurre así porque es realmente ósea, Rappi si ejecuta la promoción, hace una promoción del corral, pero es realmente el corral quien está promocionando el producto, nosotros le ayudamos por un tema de acuerdos comerciales a mercadear sus productos pero eso no quiere decir que Rappi directamente esté como promocionando la hamburguesa, la hamburguesa la está promocionando el corral eso es un tema por un acuerdo comercial que se hace así, pero quien está promocionando los productos a través de la plataforma es el aliado comercial, por los acuerdos que se tienen con ellos, digamos tres combos el corral, corralita, es éste el que esta*

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

promocionado y el directamente beneficiado de eso es el aliado comercial”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 48: 21 en adelante).

De lo anterior, se observa que la investigada dentro de su objeto social tiene contemplado que puede exhibir productos con forma publicitaria para que los mismos sirvan de referencia para los consumidores, situación que se encuentra en consonancia con lo expuesto en los “*términos y condiciones de uso de la plataforma ‘Rappi’*”; sin embargo, se advierte de la lectura de los mismos, que existe publicidad que es propia del sujeto pasivo y de terceros, circunstancia que también fue puesta de presente por el representante legal suplente al momento de hacer su declaración y en la que explicó que las piezas publicitarias que realizaba era para que se descargara su plataforma y que la de los terceros correspondía a los bienes y/o servicios que se comercializaban.

Asimismo, se advierte de los acuerdos de cooperación o de colaboración que fueron allegados por la investigada durante el curso del periodo probatorio mediante el radicado número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, que tiene contempladas en ambos casos unas disposiciones contractuales referentes a que los aliados autorizan el uso de su marca por parte de *Rappi* para realizar publicaciones físicas y digitales y que se ubique en un lugar visible de los habladores suministrados por el sujeto pasivo, la alianza que éstos tienen a través de sus redes sociales, para realizar promoción.

No obstante, debe destacarse que en los “*términos y condiciones de uso de la plataforma ‘Rappi’*”, se indica que dicha publicidad es un mecanismo de referencia y no una oferta pública. Frente al particular, este Despacho debe indicar que de acuerdo con el numeral 12 del artículo 5° del Estatuto del Consumidor, la publicidad es definida como toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo.

En ese orden, esas formas de comunicación o divulgación buscan direccionar la atención del público a través de cualquier canal de comunicación, con el fin de incentivar a los consumidores a que adquieran los productos que se ofrecen en el mercado.

Así pues, aunque la investigada indique contractualmente que la misma no se entenderá que se realice para ofrecer los productos, dicha circunstancia no desdibuja que se esté frente a una publicidad, en caso de que se genere en su plataforma una forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en el consumidor para que tome una decisión razonable de consumo.

Ahora y si bien es cierto que, el representante legal suplente en su declaración indicó que podía verse como si la investigada emitiera publicidad y que hiciera publicidad de terceros, lo cierto era que en la práctica no era así, porque era el aliado el que generaba y se beneficiaba de la publicidad y que éste solo la ejecutaba; se advirtió como se expuso de manera previa en el estudio de los ingresos de la investigada por los servicios dados entorno a su modelo de negocio en la plataforma, que en los estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2018 y el estado de resultados integral para el periodo del 1 de enero al 31 de julio de los años 2018 y 2019, que se encuentran radicados con el número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se indicó lo correspondiente a un ítem referido como “*marcas*” y frente al cual se realizó la siguiente descripción:

“(…) **marcas:** este servicio consiste en negociaciones específicas con los aliados con los cuales en su mayoría consisten en publicidad de la APP de Rappi, venta de data, business intelligence, posicionamiento y ventas a través de la plataforma Rappi. El ingreso es reconocido según el grado de avance del servicio contratado el cual se establece según:

- a. Lo mencionado en el contrato.
- b. Lo mencionado en la orden de compra y/o
- c. La ejecución que Rappi haga sobre el servicio contratado (...).”

De lo anterior, se advierte que a través del servicio que surge contractualmente entre los aliados y la investigada, que el mismo corresponde a publicidad de la plataforma de *Rappi*, posicionamiento y ventas a través de la misma y que por este se obtiene por parte del sujeto pasivo un ingreso que depende de lo que se establezca en el acuerdo, en la orden de compra y/o de la ejecución que haga éste sobre el servicio contratado.

Así las cosas y si bien es cierto que ésta puede emitir publicidad encaminada a que los consumidores decidan descargar su aplicativo móvil, también es cierto que ésta puede generar publicidad para posicionamiento y ventas a través de la plataforma de su propiedad.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Aunado a lo anterior y al observar el estado de resultados integral de la investigada, se advirtió que dicho concepto se encuentra dentro de lo correspondiente a ingresos; por lo que por “*marcas*” ésta obtuvo para el primer semestre del año 2018 un ingreso correspondiente a \$3.899.985.166 y para el primer semestre del año 2019 un valor de \$10.764.054.852.

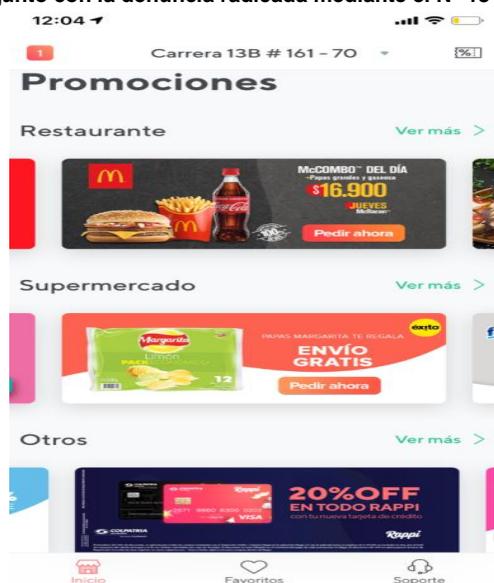
Asimismo, se advirtió de conformidad con el material probatorio que obra en el plenario, que ésta no solo hace publicidad para que los usuarios descarguen su plataforma como lo indicó el representante legal suplente en su declaración, sino que también genera piezas publicitarias respecto de sus servicios y los envía a través de correo electrónico a los consumidores, a modo de ejemplo, se expone lo siguiente:

Imagen N° 46 (Escrito de respuesta presentado por la investigada mediante el radicado N° 19-47248-5 del 13 de junio de 2019)



De la misma manera, se advierte que si bien ésta indica que la publicidad corresponde a la de sus aliados comerciales, esta Dirección no puede desconocer la existencia de las disposiciones contractuales referidas y mediante las cuales los aliados la autorizan a usar sus marcas para publicaciones físicas y digitales. En ese orden y de acuerdo con lo anterior, se observa de acuerdo con los elementos que reposan en el plenario, que ésta emite publicidad en su página haciendo uso de las marcas de dichos aliados, a modo de ejemplo, se trae a colación la siguiente imagen:

Imagen N° 47 (Soporte allegado junto con la denuncia radicada mediante el N° 18-282779 del 6 de noviembre de 2018)



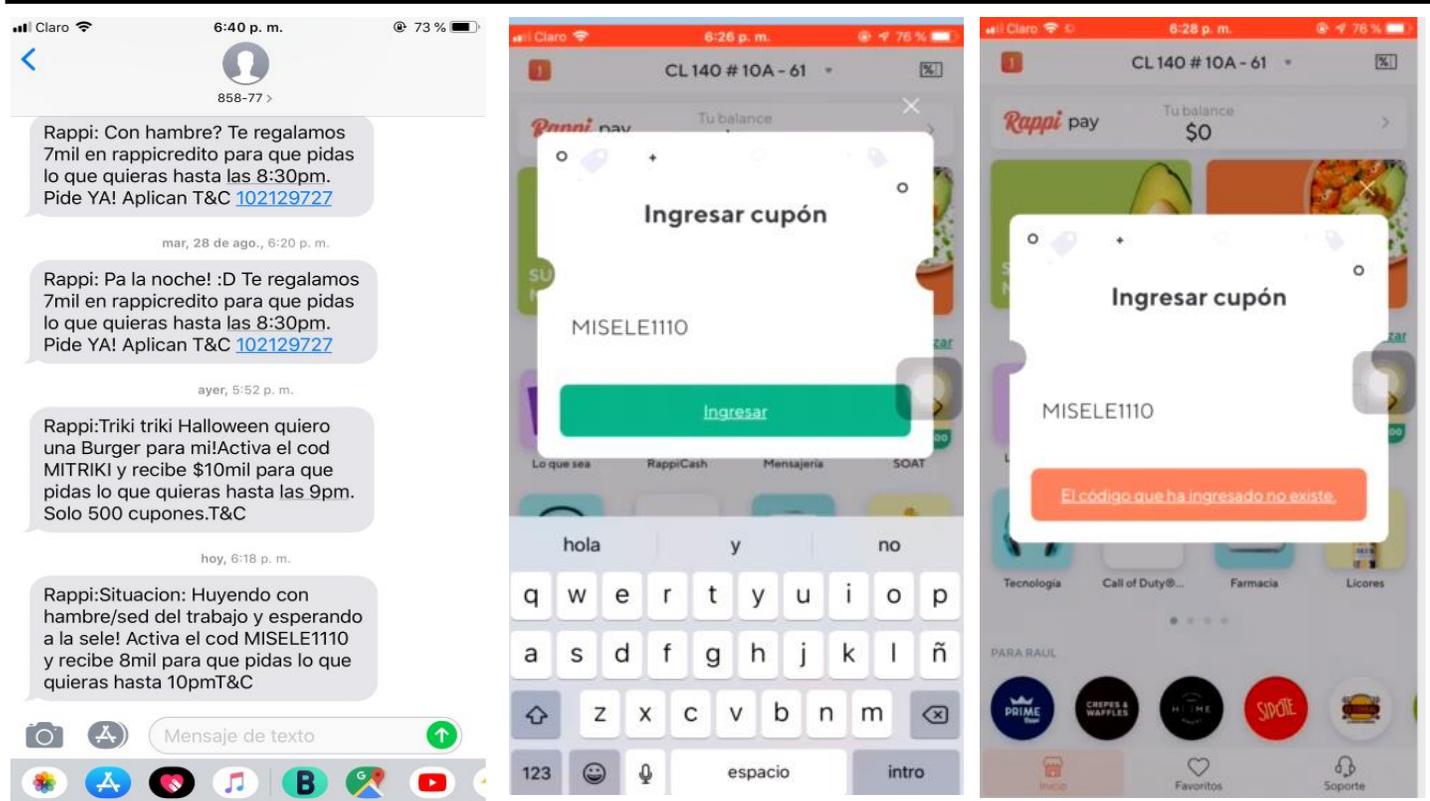
Del mismo modo, se advierte que ésta de manera directa utiliza mecanismos como el envío de mensajes de texto SMS a los consumidores para realizar propagandas comerciales con incentivos, así:

Imagen N° 48 (Soporte allegado junto con la denuncia radicada mediante el N° 18-265955 de 12 de octubre de 2018)

Imagen N° 49 (Soporte allegado junto con la denuncia radicada mediante el N° 18-265955 de 12 de octubre de 2018)

Imagen N° 50 (Soporte allegado junto con la denuncia radicada mediante el N° 18-265955 de 12 de octubre de 2018)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”



Así, de lo anteriormente expuesto, se puede establecer que contrario a lo manifestado por la investigada en sus escritos de defensa, su modelo de negocio no se circunscribe al de ser un portal de contacto, sino que el mismo obedece a un proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico, en donde se expenden o proveen bienes y servicios de manera habitual y con un ánimo de lucro.

Asimismo y en lo que corresponde a que esta Autoridad hizo un supuesto frente a este tema, este Despacho debe indicar que no es cierto que ésta se limite a exhibir publicidad, promociones y ofertas de los aliados comerciales, ya que como se expuso de las imágenes y consideraciones anteriores, éstos le permiten a la investigada utilizar sus marcas para realizar publicidad bien física o bien en entornos digitales, por lo que la responsabilidad sobre tales piezas le corresponden a ésta; igualmente la sociedad de manera directa publicita los otros servicios que tiene dispuestos en la plataforma y por los que percibe ingresos que entran a hacer parte de su patrimonio y realiza promociones que son conocidas por los usuarios a través de diferentes mecanismos, como los mensajes de texto.

Como consecuencia de lo anterior, resulta factible indicar que la investigada no solo tiene la labor de relacionar a los sujetos que convergen en su plataforma, sino que interviene en el proceso de la comercialización de los bienes y servicios, mediante la emisión de publicidad y la fijación de promociones y ofertas, siendo para el usuario la cara visible de toda la operación comercial que se desarrolla en el entorno tecnológico. Por ende, ésta de cara a las disposiciones legales que establece la Ley 1480 de 2011 o Estatuto del Consumidor relacionadas con publicidad, promociones y ofertas, se encuentra obligada a cumplirlas.

41.1.2.5.3.2. Frente a la información pública de precios:

De otra parte y en lo que corresponde a la información pública de precios, se pudo advertir como previamente se expuso en el estudio de los ingresos por los servicios ofrecidos, que la investigada dentro de sus acuerdos de cooperación y de colaboración, tiene incluida una cláusula en el acápite de obligaciones para los aliados comerciales que establece lo siguiente:

“(...) ii) Diligenciar la información de productos en los formatos requeridos (i.e. Productos y precios); (iii) El Aliado debe notificar a Rappi sobre modificaciones de productos, precios, ingredientes; cambio de dirección, horarios de operación, entre otros cambios considerables y dentro de un periodo razonable (...)”.

Aunado a ello, el representante legal suplente en su declaración de parte llevada a cabo el 9 de enero de 2020 y cuyo soporte fue radicado con el número 18-256766-61, indicó frente a la información pública de precios, lo que a continuación se relaciona:

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Dirección: *“Por favor indícanos ¿cómo opera la fijación de precios de los productos que se ofrecen por medio de la plataforma?, ósea ¿Quién fija los precios de los productos? ¿Cómo se fijan los precios de los productos?”*

Respuesta: *“ok, en los acuerdos comerciales que celebramos con los aliados se tiene el acuerdo que se respeta el mismo precio que se encuentra en las tiendas físicas o puntos de ventas de los aliados comerciales, entonces generalmente es el mismo aliado quien fija el precio y ese es el precio que se exhibe en la plataforma”.* (Subrayado fuera de texto). (Minuto 9:37 en adelante).

Dirección: *“¿Y la fijación la hace Rappi?”*

Respuesta: *“El aliado comercial, el aliado comercial generalmente los mismos precios que uno encuentra en la carta en el punto de venta físico como les decía ahorita, es él”.* (Minuto 10:12 en adelante).

(...)

Dirección: *“¿Quién puede modificar el precio luego de que el consumidor ha hecho su solicitud ha adelantado la transacción y haya una variación en el precio quien puede hacer esta modificación?”*

Respuesta: *“No ósea una vez para repetir el proceso, yo escojo los productos, veo todos los costos que están reflejados, cuánto vale la hamburguesa, con el combo de la hamburguesa, el costo del envío, etc., está todo esgrimido en el checkout como les decía, cuando yo doy enviar el pedido yo doy mi consentimiento a ese valor, esos precios una vez yo di enviar pedido no me los van a modificar, no es que después me van a cobrar un precio adicional, etc., eso no sucede de ninguna manera, eso se puede demostrar bien con un video o con enviar ciertos tipos ejemplos de productos, ósea lo que se aceptó, lo que el cliente, perdón el consumidor dio su consentimiento es lo que finalmente lo que se le va a cobrar al consumidor a través del medio de pago de lo que haya escogido, porque pues como ustedes saben se puede pagar con tarjeta de crédito, con el saldo pay que es lo que les contaba que tenemos relación con el banco Davivienda pero de ninguna manera posterior a la aceptación del consumidor se hace una modificación de los productos, de los precios de los productos perdón”.* (Subrayado fuera de texto). (Minuto 39: 40 en adelante).

Dirección: *“¿Aun cuando el precio en tienda...cuando el Rappitendero va a realizar la compra y el precio fuera diferente a aquel que se anunció en la plataforma no hay posibilidad de modificar el precio una vez hecha la transacción?”*

Respuesta: *“Ósea una vez el consumidor da su consentimiento a ese valor de lo que está exhibido en la plataforma, ese es el precio a cobrar”.* (Subrayado fuera de texto). (Minuto 41 en adelante).

(...)

Pregunta apoderado de la investigada: *“Es una aclaración de una de las últimas preguntas que hizo el despacho respecto de la modificación de los precios luego de haber dado click en aceptar...¿si un producto vale menos en la tienda, cual es el producto que se cobra al consumidor?, es decir me explico, el aguacate cuesta \$3000 en la aplicación y yo doy ok a mis \$3000 pero cuando el Rappitendero llega a Carulla el aguacate vale \$2500 ¿cuál es el precio que paga el consumidor?”*

Respuesta: *“\$2500, ósea eso es por un tema que estamos integrados a los sistemas de los aliados comerciales, por ejemplo, el éxito que es nuestro aliado comercial en el tema de supermercado, tiene un archivo EPTP, así se llama y ahí tienen actualizado todos los precios de los productos que tienen el y stock que tienen en sus tiendas, eso se está actualizando permanentemente pero las actualizaciones a veces se ven reflejadas cada 15 minutos, pero a veces hay ciertos lags en el tema de tecnología, y pueden actualizarse en una hora, por ejemplo, digamos que el aguacate valía \$3000 y el éxito perfecciona la venta en su establecimiento de comercio y ahora no vale \$3000 sino \$2970 pues esos \$30 pesos se le van a descontar y no le van a ser cobrados al consumidor, obviamente no se puede cobrar en los términos iniciales, nunca se va a cobrar esa diferencia porque pues ya cambió el precio”.* (Subrayado fuera de texto). (Minuto 46:32 en adelante).

De lo anterior, se observa que el aliado en los contratos de cooperación o de colaboración, tiene, entre otras obligaciones, la de diligenciar la información de productos en los formatos requeridos, notificarle a la investigada sobre modificaciones de productos, precios, ingredientes; cambio de dirección,

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

horarios de operación, entre otros cambios considerables y dentro de un periodo razonable, así como el mantener la misma calidad y precios de los productos que ofrece al público.

No obstante y como se indicó de manera previa, al analizar en su integridad las visitas de inspección administrativas realizadas en la etapa de averiguación preliminar y que fueron radicadas mediante los consecutivos números 18-256766-3 del 17 de julio de 2019 y 18-256766-4 del 26 de julio de 2019, así como el escrito de respuesta allegado por la investigada mediante el radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, se observó que si bien se establece el nombre de diversos establecimientos de comercio y de los productos con su precio, lo correspondiente a mantener la información de los productos y precios actualizada por parte de los aliados comerciales, no es una situación que sea perceptible y visible para los consumidores, ya que el manejo de la plataforma se encuentra unificado y está a cargo de *Rappi*, por lo que los usuarios así escojan un establecimiento específico para adquirir un bien y/o servicio, se acogen al precio que se anuncia en la plataforma y la información que se le proporciona a través de la misma.

Aunado a ello y como se señaló también de forma previa en el estudio de los ingresos de la investigada, esta Dirección advirtió que en el documento de “*términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPi*”, que allegó en su oportunidad el representante legal de la investigada a través del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, ésta estableció de manera expresa en la cláusula “*g) valor*” que podría incrementar el valor de los productos exhibidos hasta en un 10% y que los consumidores tendrían que aceptar dicha circunstancia.

En ese sentido, se observa que si bien tanto en la declaración de parte como en los acuerdos allegados, se indica que el tema de información y precios corresponde a una obligación propia de los aliados comerciales y que los precios que se le indican a los consumidores no van a variar, este Despacho no puede desconocer la cláusula anterior contenida en el documento “*términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPi*” y que es puesto en conocimiento de los consumidores.

Del mismo modo y observados los estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2018, que se encuentran radicados con el número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se observó frente a este tema que la investigada efectivamente tenía una injerencia sobre los precios de los productos y que obtenía una ganancia por ello, toda vez que se indicó lo siguiente:

“Reconocimiento de ingresos de Actividades Ordinarias

(...)

Mark Up: *Corresponde a un sobrecosto cobrado sobre el precio de los productos ofrecidos a través de APP Rappi. Este sobrecosto es concertado con el aliado y mencionado al usuario al momento en que este hace la compra”. (Negrilla fuera de texto).*

En ese orden y como se advierte, contrario a lo que indicó el representante legal suplente frente a este aspecto, se observa que ésta tiene una injerencia frente al precio de los productos que se anuncian en su plataforma e incluso ésta es la que frente a cualquier circunstancia relacionada con la información pública de precios, instruye al *Rappitendero* frente a las variaciones de los valores, cuando los consumidores entran en contacto con sus canales de atención por dicha situación. Lo anterior, encuentra fundamento en la denuncia con sus soportes que allegó la señora **CAROLINA HERRERA SMALL** (18-247095) y que fueron relacionados previamente en las imágenes N° 40 a 43 del presente acto administrativo y que se vuelven a traer a colación a modo de ejemplo, así:

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

The screenshot shows a WhatsApp chat interface. At the top, there are two tabs: "CHAT RAPPITENDERO" (highlighted) and "SOPORTE". The contact name is "Camilo" with a phone number "304". The chat history includes the following messages:

- Camilo (10:26 a. m.):** Hola soy Camilo tu personal shopper el día de hoy mercare por ti, con mucho gusto recuerda que en Rappi corremos por ti. Si deseas adicionar algún producto avisame y lo agregare con mucho gusto ;)
- Consumer (10:26 a. m.):** Vale camilo muchas gracias
- Camilo (10:27 a. m.):** señora carolina le debo informar que el precio del camaron está errado es a 46000\$ el kilogramo, la aplicación no ha actualizado precio
- Consumer (10:27 a. m.):** desea el mismo producto, cambiando el precio o desea otro producto
- Consumer (10:29 a. m.):** Hay existencia del producto? En esa cantidad?
- Camilo (10:30 a. m.):** la cantidad si la hay, el error es el precio
- Camilo (10:31 a. m.):** ademas el filete de merluza está descontinuado en el momento
- Consumer (10:35 a. m.):** Ok camilo entiendo. Deseo que me de los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar los camarones en el precio publicado por ustedes.

At the bottom of the chat, there is a text input field with the placeholder "Chateo con tu Rappi..." and a red paper plane icon for sending messages.

"Chat Rappitendero"

Camilo: hola soy Camilo tu personal shopper el día de hoy mercaré por ti, con mucho gusto recuerda que en Rappi corremos por ti. Si deseas adicionar algún producto avísame y lo agregaré con mucho gusto 😊

Consumidor: vale camilo muchas gracias

Camilo: señora carolina le debo informar que el precio del camarón está errado es a 46000\$ el kilogramo, la aplicación no ha actualizado precio

Camilo: desea el mismo producto, cambiando el precio o desea otro producto

Consumidor: hay existencia del producto? En esa cantidad?

Camilo: la cantidad si la hay, el error el precio

Camilo: además el filete de merluza está descontinuado en el momento

Consumidor: Ok camilo entiendo. Deseo que me de los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar los camarones en el precio publicado por ustedes".

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

CHAT RAPPITENDERO
SOPORTE


Camilo
304

Productos relacionados



10:36 a. m.

ya me comunico con soporte
10:38 a. m.

señora carolina debo informarle que los precios dados fueron de promoción ya agotada, y estamos obligados a mantener los precios y promociones dados por el almacén, por lo que al estar agotada esta promoción no puedo complacerla respecto a su petición
10:42 a. m.

Camilo, tengo que salir, le voy a decir a mi esposo que se quede hablando con usted. él se llama simón
10:44 a. m.

Camilo estoy esperando
10:58 a. m.

lo sé pero soporte me informa que según ley estamos obligados a mantener los precios y promociones del almacén de existencias, el producto lo hay pero no en promoción, por lo que no puedo ofrecerle ese producto a ese precio
11:04 a. m.

Chatea con tu Rappi...

"Chat Rappitendero"**Camilo: ya me comunico con soporte****Consumidor: ok****Camilo: señora carolina debo informarle que los precios dados fueron de promoción ya agotada y estamos obligados a mantener los precios y promociones dados por el almacén, por lo que al estar agotada esta promoción no puedo complacerla respecto a su petición.****Consumidor: camilo, tengo que salir, le voy a decir a mi esposo que se quede hablando con usted, se llama simón****Consumidor: camilo estoy esperando****Camilo: lo sé pero soporte me informa que según ley estamos obligados a mantener los precios y promociones del almacén de existencias, el producto lo hay pero no en promoción, por lo que no puede ofrecerle ese producto o ese precio". (Negrilla y subrayado fuera de texto).**

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

CHAT RAPPITENDERO
SOPORTE



Soporte

buenos días carolina, nos comunicamos contigo para informarte que en el momento no es posible hacer garantía de los precios que solicitas en el momento

10:59 a. m.

sin embargo podemos garantizarte los precios de costo del almacén

11:00 a. m.

esto dado a que en nuestros terminos y condiciones estamos sujetos a disponibilidad de existencias de las promociones en el punto de venta

11:00 a. m.

deseas continuar con el pedido?

11:01 a. m.

Y cual es la razón para vulnerar los derechos e incumplir la ley 1480 de 2011

11:01 a. m.

Deseo que me de los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar los camarones en el precio publicado por ustedes

11:01 a. m.



Chatea con tu Rappi...

“Soporte

Soporte: buenos días carolina, nos comunicamos contigo para informarte que en el momento no es posible hacer garantía de los precios que solicitas en el momento.

Soporte: sin embargo podemos garantizarte los precios de costo del almacén.

Soporte: esto dado a que en nuestros términos y condiciones estamos sujetos a disponibilidad de existencia de las promociones en el punto de venta

Soporte: Deseas continuar con el pedido?

Consumidor: y cuál es la razón para vulnerar los derechos e incumplir la ley 1480 de 2011

Consumidor: deseo que me de los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar los camarones en el precio publicado por ustedes (...).”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Imagen N° 54 (Anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018)

The screenshot shows a chat interface with a header for 'CHAT RAPPITENDERO' and 'SOPORTE'. The chat history includes:

- Customer:** "Deseo que me de los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar los camarones en el precio publicado por ustedes" (11:01 a. m.)
- Product Image:** A screenshot of the Rappi app showing 'Camaron jumbo' for \$60.296, with a note that the price is promotional. Below it are 'Productos relacionados'.
- Customer:** "Como puede ver en ningún momento en el precio publicado por ustedes se informa que es una promoción, este es el precio de los camarones, no dice que sea una promoción." (11:03 a. m.)
- Support:** "entiendo, lamentamos los inconvenientes" (11:10 a. m.)
- Support:** "sin embargo como te comento, no sera posible realizar el descuento que solicitas sobre la orden en curso" (11:10 a. m.)

The bottom of the chat shows a text input field with the placeholder "Chatea con tu Rappi..." and a red paper plane icon for sending.

“Soporte:

Consumidor: deseo que me dé los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar lo camarones en el precio publicado por ustedes

Consumidor: imagen “camarón jumbo 460.296”

Consumidor. Como puede ver en ningún momento en el precio publicado por ustedes se informa que es una promoción, este es el precio de los camarones, no dice que sea una promoción.

Soporte: entiendo, lamentamos los inconvenientes

Soporte: sin embargo como te comento, no será posible realizar el descuento que solicitas sobre la orden en curso”.

Así las cosas, este Despacho debe indicar que, si bien es cierto que contractualmente la investigada tiene dispuesta una cláusula en la que se establece que la obligación de la información pública de precios corresponde a los aliados comerciales, dicha situación no desdibuja el hecho que a su vez, tiene una disposición que le da a conocer a los consumidores mediante el documento de “*términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPÍ*”, a través del cual les informa que podrá incrementar hasta en un 10% el precio de los productos que se encuentran en su plataforma y que tal y como se vio de los documentos correspondientes a sus estados financieros, ésta lo contabiliza como un rubro de ingresos a su patrimonio.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Aunado a ello, la investigada es la que entra en contacto directo con los consumidores a través de su departamento de atención al cliente y tiene entrelazadas las opciones de soporte y *chat Rappitendero* en su plataforma, mediante el cual, el primero instruye al segundo en el tema de información pública de precios, como pudo observarse en el ejemplo traído a colación mediante las imágenes previamente expuestas.

En ese orden, no es posible acoger los argumentos de la investigada respecto de que esta Entidad hizo un supuesto frente a este tema y que eran los aliados comerciales los encargados de la información pública de precios y de garantizar los mismos, ya que como se advirtió anteriormente si bien existe tal disposición, dicha circunstancia no anula la posibilidad que ésta tiene frente a la potestad de incrementar dichos valores y que pueda indicarle a los consumidores si mantiene o no los precios tal y como se observó de las imágenes antes relacionadas.

Asimismo y en lo que corresponde al argumento expuesto en sus escritos de defensa concerniente a que *“aun cuando Rappi en su canal de soporte reconozca que procede una garantía de precio en virtud del contrato celebrado con sus Aliados Comerciales, quienes responderán por la misma serán estos últimos, descontándose ese dinero de las compensaciones que realicen esa semana las partes”*, este Despacho debe indicarle que si bien es cierto como se estudió previamente, que existen las compensaciones monetarias a las que alude, dicha circunstancia no omite el hecho que, ésta con dicha facultad e injerencia sobre la información pública de precios, escapa de la órbita de un portal de contacto que tiene como finalidad contactar a los extremos de la relación de consumo y, por el contrario, realiza actuaciones propias de un proveedor que emplea una plataforma de comercio electrónico.

De tal manera y visto lo anterior, se tiene que en este caso la investigada al tener facultades respecto de la información pública de precios de los productos y/o servicios ofrecidos en su plataforma, escapa con sus conductas en el mercado del ámbito de un portal de contacto, ya que su labor no se limita solamente a relacionar a los sujetos que convergen en su plataforma, sino que interviene en el proceso de la comercialización de los bienes y servicios, mediante la información pública de precios, siendo para el usuario la cara visible de toda la operación comercial que se desarrolla en el entorno tecnológico. Por ende, ésta de cara a las disposiciones legales que establece la Ley 1480 de 2011 o Estatuto del Consumidor relacionadas con este tema, se encuentra obligada a cumplirlas.

41.1.2.5.3.3. Frente a cobros, devoluciones de dinero y reversión de pagos:

De otro lado, esta Dirección observó del consolidado de PQR's que allegó el representante legal de la investigada mediante el consecutivo número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, que ésta atendió de manera directa solicitudes de los consumidores²⁵ correspondientes a: *“se canceló mi pedido y me cobraron”*²⁶, *“me cobraron de más”*²⁷, *“me cobraron y no llegó”*²⁸, *“me cobraron dos veces”*²⁹.

Al respecto, resulta importante indicar que el representante legal suplente en su declaración de parte, señaló en varios apartes de la misma, que era *Rappi* la que procedía a la devolución del dinero a los consumidores cuando se presentaban irregularidades con las órdenes o pedidos y que posteriormente, dichas sumas se compensaban con los aliados comerciales y que si se trataba de reversiones de pago, dicha circunstancia no dependía de ella, sino de los tiempos que tuvieran los bancos. En ese orden, éste expuso lo siguiente:

Pregunta apoderado de la investigada: “Un último punto que es igualmente importante para el Despacho, quiero que usted nos explique ¿quién responde por la calidad de los productos que adquiere un consumidor?”

Respuesta: “Directamente el aliado comercial, Rappi no comercializa el producto, entonces nosotros no podemos por la calidad de un producto sobre el cual no tenemos ninguna injerencia o digamos influencia, ¿sí? digamos los zapatos salen defectuosos, quien debe responder directamente es Adidas o la empresa Bosi o cualquiera de los aliados que tenemos, por otro lado en el mismo sentido, en cuanto al tema de la comida, Rappi al no tener ningún tipo de injerencia ni ningún tipo de influencia en la preparación de los productos, pues nosotros

²⁵ Para el momento en que se allegó el consolidado, se encontraron varias solicitudes en trámite y otras ya gestionadas por la investigada.

²⁶ Por el concepto en mención, se tiene que los consumidores presentaron 37 PQR's en el mes de mayo, 91 PQR's en el mes de junio, 209 PQR's en julio, 3737 PQR's en el mes de agosto, 16414 PQR's en el mes de septiembre y 7525 PQR's en el mes de octubre de 2018.

²⁷ Por el concepto en mención, se tiene que los consumidores presentaron 4010 PQR's en el mes de abril, 15 PQR's en el mes de mayo, 11394 PQR's en el mes de junio, 18389 PQR's en el mes de julio, 16374 PQR's en el mes de agosto de 2018.

²⁸ Por el concepto en mención, se tiene que los consumidores presentaron 1353 PQR's en el mes de abril, 7 PQR's en el mes de mayo, 7513 PQR's en el mes de junio, 13373 PQR's en el mes de julio, 14309 PQR's en el mes de agosto de 2018.

²⁹ Por el concepto en mención, se tiene que los consumidores presentaron 166 PQR's en el mes de junio, 252 PQR's en el mes de julio, 5362 PQR's en el mes de agosto, 3637 PQR's en el mes de septiembre, 1841 PQR's en el mes de octubre de 2018.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

no respondemos por la calidad de los productos, porque quien debe responder por eso es el aliado comercial, entonces digamos pues nosotros nos involucramos de alguna u otra manera para ayudarlo y facilitarle al consumidor a que tenga soluciones más rápidas y nosotros después por decirlo de alguna manera arreglamos con el aliado comercial, es un tema de compensación porque sería muy engorroso y es muy engorroso y digamos pues la gran ventaja que tiene estas plataformas es ofrecerle una variedad de soluciones adicionales al consumidor para que el consumidor tenga una protección adicional y digamos si la hamburguesa llegó defectuosa, tener que reclamar ante el restaurante porque el restaurante se va a demorar mucho más tiempo, entonces pues si digamos si quiere una devolución en el pedido, en los productos, Rappi se la va a solucionar, no se lo va a solucionar, le va a ayudar a que se le solucione de una manera más rápida, Rappi después compensa con el aliado, pero digamos que nosotros no respondemos directamente de los productos, pero en pro de la protección del consumidor buscamos dar unas soluciones adicionales para que pues digamos tenga, como nosotros los llamamos dentro de Rappi, una experiencia de usuario mucho mejor de la que tendría o bien en otras plataformas o bien haciendo directamente un reclamo ante el aliado comercial”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 23:38 en adelante).

Pregunta apoderado de la investigada: *Eso último que usted acaba de decir me parece muy importante, nos dijo que quien responde por la calidad del producto es el aliado comercial pero que Rappi ayuda al consumidor para solucionar las inconformidades, usted nos puede explicar un poco más en detalle, ¿cómo gestiona Rappi una petición, una queja o un reclamo de un consumidor frente a un aliado comercial?*

Respuesta: *“Eso es un tema importante que creo que ha sido que la sic nos ha solicitado cierto tipo de aclaraciones, Rappi tiene un departamento de servicio al cliente, precisamente como les decía para que el usuario tenga una mejor experiencia de usuario y para facilitarle las cosas y darle una solución mucho más pronta que le daría el aliado comercial directamente, por temas de que el reclamo ante los aliados comerciales por experiencia de cómo se manejaba antes en estas plataformas era muy malo, entonces digamos que nosotros tenemos un departamento de servicio al cliente en el cual se recibe la petición, queja o reclamo, se le da un trámite, el consumidor dentro de esa aplicación puede ver cómo está esa solución, ese trámite y puede solicitar la devolución del dinero, que se le cambie el producto que se le vuelva a enviar, y como les decía, posteriormente nosotros y con el equipo de servicio al cliente, se revisa eso, se le pasa al aliado comercial y nosotros nos entendemos con el aliado comercial, pero no metemos al consumidor en ese proceso para que no tenga digamos que estar permanentemente involucrado, sino que Rappi se encarga de darle una solución al consumidor y nosotros arreglamos con el aliado para que la cadena sea mucho más limpia y tenga como lo decía, tenga una experiencia de usuario mucho más sencilla, ehmm ¿queda claro o quiere que precise algo más?, digamos lo que hay que entender es que todo esto es en pro del consumidor, no es como buscando que el aliado se libere de algún tipo de responsabilidad, es buscando también ayudarlo al aliado a que solucione, es una solución de ambos lados, ayudarlo al aliado a que no tenga tanta fricción con el cliente y también ayudarlo al consumidor a que no tenga la fricción que es muy lenta con el aliado por la calidad del producto.*”

Les pongo un ejemplo muy sencillo, el aliado recibe como les decía ahorita el pedido que ordenó el usuario, digamos yo Diego Alonso solicité una hamburguesa callejera, con papas fritas malteada de vainilla y coca cola Zero, y el corral por cosas de la vida, me mandó fue una manzana postobón en vez de la coca cola Zero y una malteada de fresa, en vez de la malteada de chocolate, ahí claramente Rappi no tiene responsabilidad porque yo no estoy involucrado en la preparación de los productos ni soy yo quien empaca los productos en la bolsa, por ejemplo y eso sale sellado directamente al consumidor porque el Rappitendero no tiene por qué manipular eso, entonces cuando llega el producto y el usuario la recibe dice uy!, me llegó la hamburguesa...me llegó la manzana postobón y yo pedí fue coca cola y me llegó la malteada me voy a quejar, entonces obviamente la gente dice me voy a quejar ante Rappi, porque piensan que Rappi fue el de la embarrada y no pues el error fue realmente del aliado, entonces uno se mete a la plataforma, va al centro de ayuda, que es donde uno puede digamos poner la queja, eso se lo hemos compartido a la superintendencia, como es el proceso, videos, imágenes, solicito y pongo, me llegó mal el producto coca cola y me llegó mal el producto malteada, entonces Rappi inmediatamente le plantea unas opciones al consumidor para solucionarle rápidamente, quiero que me envíen el producto correcto, quiero mi devolución del dinero y con base en eso, el usuario después puede decir cómo quiere recibir el dinero si lo quiere digamos que se le devuelva su tarjeta de crédito, su dinero en efectivo, ahí hay varias opciones que tienen el usuario, pero es para facilitarle la vida inmediatamente y que el usuario no tenga que estar envuelto en eso si después el producto llega mal como efectivamente paso en este caso, Rappi va ante el corral y les dice, señores corral, en todos los productos que ustedes hicieron en este mes se evidenció precisamente por una pqr que envió a través del centro de ayuda el usuario consumidor, todo esto llego mal”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

nosotros necesitamos una compensación, porque pues esto es un error de ustedes y no nuestro y con el aliado comercial nos entendemos y el aliado comercial responde por esto y nosotros así compensamos porque nosotros ya le solucionamos al consumidor, pero es precisamente para que sea mucho más dinámico, eficiente y rápido que nosotros con un departamento de servicio al cliente ayudemos tanto al aliado comercial a resolver ese tipo de conflictos que se generan y darle una solución más pronta al consumidor, básicamente sería eso. (Subrayado fuera de texto) (Minuto 25:40 en adelante).

Pregunta apoderado de la investigada: *“Y por hacerle claro al Despacho el asunto, pongamos el ejemplo de que efectivamente hay una devolución de un producto, una inconformidad de un consumidor y que Rappi ayuda a solucionar y el consumidor por ejemplo, quiere la devolución del dinero de un aguacate que llegó podrido y entonces no quiere que le cambien el producto sino que le devuelven el dinero, quien sufre por decirlo, en términos bastante coloquiales, ¿quién sufre la pérdida económica por la devolución del dinero?, ¿lo sufre Rappi?, ¿lo sufre el Rappitendero?, ¿lo sufre el aliado comercial?, quien asume digamos finalmente patrimonialmente esa, entre comillas pérdida”.*

Respuesta: *“El aliado comercial, por todo el proceso que acabo de explicar cómo se da la relación, si el aguacate llega podrido, pues es claramente porque lo vendió podrido el éxito, surtimax, superinter dependiendo de la ciudad, el responsable sería claramente el aliado comercial, Rappi no tiene ninguna pérdida patrimonial en ese caso”. (Minuto 31:52 en adelante).*

(...)

Dirección: *“¿Quién decide sobre la reclamación si prospera o no la solicitud del quejoso?”*

Respuesta: *“se hace una evaluación de la situación, por seguir con el ejemplo que habíamos planteado ahorita, en el caso de la malteada y la gaseosa equivocada, se confirma con el aliado si efectivamente la malteada o la coca cola salió mal y con base en esa información Rappi toma una decisión en el servicio al cliente si se prospera o no devolver el dinero o cambiarle el producto al consumidor, digamos que eso se evalúa, pero como les decía muchas veces y para ser muy claro y esto es algo que para facilitarle la vida al consumidor, muchas veces ni siquiera se confirma si la coca cola salió mal o no, si el usuario ingresa a la plataforma y pone me llegó mal la coca cola, inmediatamente puede tener la devolución del dinero y le va a quedar reflejado, obviamente si es un tema de devolución a tarjeta de crédito, ustedes saben que por las entidades bancarias eso no depende de Rappi, se demora un tiempo en verse reflejado nuevamente en el extracto, pero ni siquiera a veces ni se confirma, se cree en la buena fe del usuario, el consumidor y se dice ok, me llegó mal el producto y se le devuelve ahí mismo el dinero o se le solicita que se le cambie se genera la orden inmediatamente para que le vuelva a llegar el producto, ya después nosotros hacemos la evaluación con el aliado como les decía y verificamos con el sistema del aliado si efectivamente el producto que fue enviado salió mal pero realmente como les decía y en pro del consumidor y de sus derechos, nosotros muchas veces ni verificamos porque nosotros lo que necesitamos es que el usuario tenga la mejor experiencia posible, y en esa medida, con solo dar click, yo les podría explicar ahorita si quieren sería bueno poder mostrar el ejemplo, con poner ese producto llegó mal, ahí mismo se devuelve el dinero al consumidor básicamente así funciona. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 37: 22 en adelante).*

De lo anterior, se tiene que en este caso, la investigada bajo el argumento de brindarles una mejor experiencia de usuario a los consumidores, realiza actuaciones que tienen incidencia directa en las relaciones de consumo que se llevan a cabo en su plataforma, así posteriormente ésta realice compensaciones monetarias con los aliados frente a irregularidades de las órdenes y pedidos.

En ese sentido, se advierte en este caso, con los elementos probatorios antes expuestos, que es ésta quien atiende los temas relacionados con los cobros, devoluciones de dinero y reversión de pagos que solicitan los consumidores y lo hace a través de su departamento de servicio al cliente.

Así las cosas, se observó que los consumidores al solicitar la reversión de pago, por ejemplo por el ítem relacionado en el consolidado de PQR's que se encuentra en el consecutivo número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, correspondiente a “se canceló mi pedido y me cobraron”, presentaron una solicitud ante la investigada y no frente a los aliados y ésta les informó el trámite pertinente a la reversión de pagos contemplada en el artículo 51 del Estatuto del Consumidor. Así y a modo de ejemplo, se procede a exponer la siguiente cadena de correos entre la investigada y un consumidor, relacionado con este tema:

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Imagen N° 55 (Cadena de correos electrónicos entre un consumidor y el área de soporte de *Rappi* allegados con la denuncia radicada con el N° 18-238879 de 21 de septiembre de 2018)

21/9/2018

Gmail - [Rappi] Re: Se cancelo mi pedido y me cobraron



Laura Palacios <astorquiza.88@gmail.com>

[Rappi] Re: Se cancelo mi pedido y me cobraron

4 mensajes

Responder a: Rappi <support@rappicall.zendesk.com>

14 de agosto de 2018, 3:24

Para: [Redacted]

##- Por favor, escriba su respuesta por encima de esta línea -##



[Redacted] (Rappi)

14 ago. 3:24 COT

¡Hola [Redacted]

Gracias por escribirnos. Estamos trabajando para encontrar la solución juntos. Lamento la demora en dar respuesta a tu solicitud.

Entendemos tu molestia y queremos reiterar nuestras disculpas pues tu satisfacción es nuestra prioridad y todos los detalles que puedan afectar tu experiencia son muy importantes para nosotros, hemos revisado a fondo la información que nos proporcionas, y definitivamente tienes toda la razón.

Verificando tu orden he confirmado que se genero un problema sobre ella y a pesar de que no se entrego se genero un cobro, por lo cual te ofrecemos la mayor de las disculpas.

En este caso para hacer la respectiva devolución, te ofrecemos 2 formas.

1. Transferencia: En caso de que prefieras la consignación bancaria te pediría nos ayudes con una certificación bancaria de la cuenta en la cual deseas hagamos la transferencia bancaria, esta tarda de 3 a 5 días hábiles.
2. Reversión: Este proceso tarda de 15 a 20 días hábiles.

Quedo atenta.

¡Esperamos tu respuesta y deseamos que tengas un excelente día!

<https://mail.google.com/mail/u/0?ik=f-708bb042&view=pt&search=all&permthid=thread-f93a1608190674464902566&simpl=msg-f93a1608762090207308703&s...> 1/3

“[Rappi] Re: se canceló mi pedido y me cobraron (...)

(...Rappi)

¡Hola (...)

Gracias por escribirnos. Estamos trabajando para encontrar la solución juntos. Lamento la demora en dar respuesta a tu solicitud.

Entendemos tu molestia y queremos reiterar nuestras disculpas pues tu satisfacción es nuestra prioridad y todos los detalles que puedan afectar tu experiencia son muy importantes para nosotros, hemos revisado a fondo la información que nos proporcionas, y definitivamente tienes toda la razón.

Verificando tu orden he confirmado que se generó un problema sobre ella y a pesar de que no se entregó se generó un cobro, por lo cual te ofrecemos la mayor d las disculpas.

En este caso para hacer la respectiva devolución, te ofrecemos 2 formas.

1. *Transferencia: En caso de que preferias la consiganción bancaria te peidiría nos ayudes con una certificación bancaria de la cuenta en la cual deseas hagamos la tranferencia bancaria. Esta tarda de 3 a 5 días hábiles.*
2. *Reversión: Este proceso tarda de 15 a 20 d ías hábiles.*

Quedo atenta

¡Esperamos tu respuesta y deseamos que tengas un excelente día!”.

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

Imagen N° 56 (Cadena de correos electrónicos entre un consumidor y el área de soporte de Rappi allegados con la denuncia radicada con el N° 18-238879 de 21 de septiembre de 2018)

<astorquiza.88@gmail.com>
Para: Rappi <support+id1496461@rappicall.zendesk.com>

21 de agosto de 2018, 19:47

Hola [REDACTED]

Te agradezco mucho por tu gestión.
He tratado todos estos días de ir a conseguir el certificado de la cuenta de ahorros pero la verdad es que no tengo el tiempo. Quisiera que entonces por favor hagan la reversión a mi tarjeta de crédito. Te pido que por fa me confirmes.

Gracias y saludos,
[El texto citado está oculto]

Servicio al Cliente (Rappi) <support@rappicall.zendesk.com>
Responder a: Rappi <support+id1583741@rappicall.zendesk.com>
Para: [REDACTED]

22 de agosto de 2018, 15:49

##- Por favor, escriba su respuesta por encima de esta línea -##

**Servicio al Cliente (Rappi)**

22 ago. 15:49 COT

¡Hola [REDACTED]

Gracias por escribirnos.

Atendiendo a tu solicitud, te confirmamos que se te hará el reembolso a tu tarjeta de crédito, recuerda que este proceso se demora entre 15 a 20 días hábiles en reflejarse en tu cuenta dependiendo de tu entidad bancaria.

Recuerda que en Rappi mercamos por ti, te llevamos la comida de tus Restaurantes favoritos y cumplimos todos tus antojos.

¡gracias por la oportunidad y preferencia!

<https://mail.google.com/mail/u/0?ik=fc7081b042&view=pt&search=all&permthid=thread-f%3A1608190674464902566&siml=msg-f%3A1608762090207308703&...> 2/3

“(...) Hola (...)”

Te agradezco mucho por tu gestión.

He tratado todos estos días de ir a conseguir el certificado de la cuenta de ahorros pero la verdad es que no tengo el tiempo. Quisiera que entonces por favor hagan la reversión a mi tarjeta de crédito. Te pido que por fa me confirmes.

Gracias y Saludos.
(...)

Servicio al Cliente (Rappi)

¡Hola (...)

Gracias por escribirnos.

Atendiendo a tu solicitud, te confirmamos que se te hará el reembolso a tu tarjeta de crédito, recuerda que este proceso se demora entre 15 a 20 días hábiles en reflejarse en tu cuenta dependiendo de tu entidad bancaria.

Recuerda que en Rappi mercamos por ti, te llevamos la comida de tus Restaurantes favoritos y cumplimos todos tus antojos.

¡Gracias por la oportunidad y preferencia! (...).”

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

Imagen N° 57 (Cadena de correos electrónicos entre un consumidor y el área de soporte de Rappi allegados con la denuncia radicada con el N° 18-238879 de 21 de septiembre de 2018)

21/9/2018

Gmail - [Rappi] Re: Se cancelo mi pedido y me cobraron

Servicio al Cliente

Customer Care | Rappi

Este correo electrónico es un servicio de Rappi. Entregado por Zendesk

[V0V8RY-YX3L]

19 de septiembre de 2018, 10:09

Para: Rappi <support+id1583741@rappicall.zendesk.com>

Hola buenos días,

Les escribo porque el 22 de agosto me confirmaron que se haría el reembolso de 80.000 pesos a mi tarjeta de crédito y que este tomaría entre 15 y 20 días hábiles. Hoy se cumplen 20 días hábiles y no han hecho el reembolso. Quisiera que por favor me informen por qué no se ha hecho y cuándo se hará.

Gracias,
[El texto citado está oculto]

"(...) para Rappi (...)

Hola buenos días,

Les escribo porque el 22 de agosto me confirmaron que se haría el reembolso de 80.000 pesos a mi tarjeta de crédito y que este tomaría entre 15 y 20 días hábiles. Hoy se cumplen 20 días hábiles y no han hecho el reembolso. Quisiera que por favor me informen por qué no se ha hecho y cuándo se hará.

Gracias (...)

De lo anterior, entonces se puede advertir que la investigada es la que informa y procede a realizar el trámite de reversión de pagos contemplado en la norma antes indicada. Aunado a ello y al revisar en su integridad el plenario, esta Dirección observó que el representante legal a través del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, allegó un documento denominado "anexo 8" contentivo de diez (10) solicitudes de reversión presentadas por los consumidores ante ésta y en los que ésta de manera directa realizó el trámite de la reversión de pagos; a modo de ejemplo, se procede a relacionar las siguientes reversiones con su trámite correspondiente:

Imagen N° 58 (Anexo 8 allegado por el representante legal de la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)

CASOS REVERSIONES

1) Pedido equivocado

DESCRIPCIÓN ORDEN 14689400

PRODUCTOS

Producto	Un.	S/U	Total	Comentarios
 McFlurry™ Oreo	1	\$ 9.400	\$ 9.400	Sin comentarios

DETALLES DE COSTOS

Productos Total:	\$ 9.400
Antojos Total:	\$ 0
Recargos por antojos:	\$ 0
Domicilio:	\$ 3.500
Propina:	\$ 0
Rappipay:	\$ 2.290 - APPROVED
Recargos:	\$ 0
Descuentos:	\$ 0
Rappi créditos:	\$ 0
Total:	\$ 12.900

Imagen N° 59 (Anexo 8 allegado por el representante legal de la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

TICKET 1413307

Ana Rpo 25 jul. 15:13
 Article ID: 115002194694
 Order ID: 14689400



¿Qué producto te llegó diferente?

Product ID: 900006489_810001882
 Product Name: McFlurry™ Oreo
 Product Price: 9400.0
 Quantity: 1
 Toppings: [Extra topping de arequipe]

¿Cómo te gustaría que resolvamos tu problema?
 Reenvío de productos

Escribenos tu mensaje:
 me lleo oreo c9n fresas que de hecho soy alergica y no oreo con doble arequipe como lo pedi

Solución

Ana Rpo 27 jul. 13:45
 Buenas tardes porfavor a mi tarjeta de credito no me ibteresan rappicreditos con la terrible experiencia de hoy. Quedo atenta que me confirmen que quedo abonado a mi tarjeta



María Prieto 10 ago. 11:57 (asignar)

¡Hola!

Estamos muy agradecidos por tu pronta respuesta con la información.

De acuerdo a tu solicitud podrás ver el importe reservado en un plazo aproximado de 15 a 20 días hábiles.

¡Esperamos tu respuesta y deseamos que tengas un excelente día!

Imagen N° 60 (Anexo 8 allegado por el representante legal de la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)

Reversión del cobro

Redeban		SOLICITUD DE AJUSTES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES										OPF-F-012 V2
ÚNICAMENTE APLICA PARA TARJETAS MASTERCARD Y MAESTRO										CIUDAD		
En caso de presentarse inconsistencias en las transacciones a través del datafono el establecimiento debe diligenciar presente formato y hacerlo llegar vía <u>correo electrónico</u> , al buzón												
FECHA DE SOLICITUD AJUSTE		DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			DATOS DE LA TRANSACCION INICIAL				VALOR A CORREGIR (solo aplica si el ajuste es parcial)			
DD/MM/AA	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CODIGO UNICO	ULTIMOS 4 NUMEROS DE TARJETA	FECHA AAAA MM DD	NÚMERO DE APROBACIÓN	VALOR ORIGINAL DE LA COMPRA	TIPO DE AJUSTE TOTAL PARCIAL	VALOR DE LA NUEVA COMPRA	VALOR A DEVOLVER AL CLIENTE	VALOR BASE DEL IVA NUEVA COMPRA (si aplica)	VALOR IVA DE LA NUEVA COMPRA (si aplica)	
23/09/2018	RAPPI SAS					10610	X					

Cordial saludo:

De acuerdo con su solicitud, confirmo que el(los) ajuste(s) queda(n) efectuados con fecha 24/09/2018.

Adicionalmente les informamos que las entidades financieras aplican los ajustes en las cuentas correspondientes la aplicación se debe informar a la Entidad Financiera.

Así mismo informamos que no es permitido cancelar la solicitud de ajuste una vez enviado el correo.

De las anteriores imágenes expuestas, se observa que la investigada relacionó en su anexo 8 del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, el caso anteriormente expuesto para demostrar que realizaba reversiones de pago.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Así, se pudo observar que, en este caso particular se dio dicho trámite con ocasión de un pedido equivocado, toda vez que el consumidor solicitó el producto “oreo con doble arequipe” y recibió “oreo con fresas”, por lo que éste le indicó a la investigada que se hiciera la reversión a la tarjeta de crédito que no se hiciera a través de RappiCréditos, por lo que el área de soporte del sujeto pasivo le puso de presente que el valor se vería reflejado en la tarjeta en un plazo de 15 a 20 días hábiles.

Finalmente, se pudo observar que, efectivamente la investigada realizó la reversión de pagos y le informó al consumidor que la misma se había efectuado el 24 de septiembre de 2018.

Imagen N° 61 (Anexo 8 allegado por el representante legal de la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)

DESCRIPCIÓN ORDEN

PRODUCTOS

Producto	Uní.	S/U	Total	Comentarios
Antojo: Una 🍕 pizza mitad calamares con espinaca y mitad Sara cortada en 8 pedazos y SIN PICANTE!!!!.Local:La Piazzeta de Flavia & Michel				

DETALLES DE COSTOS

Productos Total:	\$ 0
Antojos Total:	\$ 0
Recargos por antojos:	\$ 0
Domicilio:	\$ 7.000
Propina:	\$ 0
Recargos:	\$ 7.000
Descuentos:	\$ 0
Rappi créditos:	\$ 0
Total:	\$ 7.000

TICKET 1390651

 danielgz12 22 jul. 20:17
Buenas noches, el día de ayer hice este pedido pero inmediatamente lo cancelé, no entiendo porque me cobraron ese monto y me gustaría un reembolso.

SOLUCIÓN

 Sandra Escobar 24 jul. 16:55
(Hola danielgz12)
Es un gusto atenderle el día de hoy. 😊
Procederemos a la reversión del cargo en tu cuenta en este momento. Debes considerar que tu Banco puede requerir más tiempo para realizar el ajuste a la cuenta.
Recuerda que para nosotros eres lo más importante. 🙏

REVERSION

9/23/2018	RAPPI SAS		7000	Y
-----------	-----------	--	------	---

Cordial saludo,

De acuerdo con su solicitud, confirmo que el(los) ajuste(s) queda(n) efectuados con fecha 24/09/2018.

Adicionalmente les informamos que las entidades financieras aplican los ajustes en las cuentas correspondientes en un periodo entre cinco (5) a ocho (8) días hábiles, en caso de presentar algún inconveniente con la aplicación se debe informar a la Entidad Financiera.

Aún mismo informamos que no es permitido cancelar la solicitud de ajuste una vez enviado el correo.

De las anteriores imágenes expuestas, se observa que la investigada relacionó en su anexo 8 del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, el caso anteriormente expuesto para demostrar que realizaba reversiones de pago.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Así, se pudo observar que, en este caso particular se dio dicho trámite con ocasión de que se realizó un pedido, se canceló y aun así se generó un cobro, por lo que el consumidor solicitó al área de soporte de la investigada se realizara el reembolso de dicho valor.

En ese orden, el área de soporte del sujeto pasivo, le indicó al consumidor que realizaría la reversión del pago y que tuviera en cuenta que el banco podría requerir de más tiempo para realizar el ajuste a la cuenta.

Finalmente, se pudo observar que, efectivamente la investigada realizó la reversión de pagos y le informó al consumidor que la misma se había efectuado el 24 de septiembre de 2018.

Imagen N° 62 (Anexo 8 allegado por el representante legal de la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)

DESCRIPCIÓN ORDEN – Cancelada con cargo al usuario 14455236

PRODUCTOS

Producto	Unid.	\$/U	Total	Comentarios
 Cappuccino	1	\$ 2.500	\$ 2.500	Sin comentarios
 Croissant Salchicha	3	\$ 3.300	\$ 9.900	Sin comentarios

DETALLES DE COSTOS

Productos Total:	\$ 12.400
Antojos Total:	\$ 0
Recargos por antojos:	\$ 0
Domicilio:	\$ 5.000
Propina:	\$ 0
Recargos:	\$ 12.400
Descuentos:	\$ 5.000
Rappi créditos:	\$ 0
Total:	\$ 12.400

TICKET 1394076

carlos [redacted] 13 jul. 13:32
 Este pedido fue cancelado por el repartidor ya que no había el producto solicitado. Sin embargo lo veo cargado en mi tarjeta de crédito. Esto no debería haber pasado ya que el pedido fue cancelado porque no había los productos. Me pueden por favor hacer el reembolso a mi tarjeta de crédito.

SOLUCIÓN

[redacted] 13 jul. 15:40 (agente)
 ¡Hola [redacted]!

Gracias por contactar al equipo de Rappi 😊. Estamos buscando la mejor solución.

hemos generado la solicitud para aplicar la solicitud de reversión de tu dinero te informo que este tiene un plazo de 15 días hábiles para que los veas reflejado en tu cuenta.

Recuerda que en Rappi mercamos por ti, te llevamos la comida de tus Restaurantes favoritos y cumplimos todos tus antojos.

¡Lo que quieras en minutos! 🍕🍷

[redacted]

Customer Care | Rappi

REVERSION

COD. TRA.	NO. TARJETA	NO. COMPROMISANTE	COD. AUTORIZACION	FECHA COMPROMISANTE	VR. COMPRA O SERVICIO	VR. IVA	VR. BASE DEVOLUCION	VR. TOTAL	CUENTA DE DEPÓSITO	COD. ESTABLECIMIENTO	IMPUESTO AL CONSUMIDOR	STATUS REGISTRO	FIL DEL PROCESO	FIL APLICACION	CD. USUARIO	BANCO EMISOR
De	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	12400	0	0	12400	[redacted]	19017113	0	P	20180823	20180823	RAPP01240729	[redacted]

Ahora bien, de la anterior imagen expuesta, se observa que, igualmente, la investigada relacionó en su anexo 8 del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, el caso anteriormente referido para demostrar que realizaba reversiones de pago.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Así, se pudo observar que, en este caso particular, se dio dicho trámite con ocasión de que se solicitaron los productos “cappuccino” y “croissant salchicha”, pero que el *Rappitendero* canceló la orden porque ya no existían los productos solicitados y aun así se hizo el cargo a la tarjeta de crédito.

En ese sentido, el área de soporte le indicó que se aplicaría la reversión de pago y que el mismo se haría dentro del lapso de 15 días hábiles y el mismo se vería reflejado en la cuenta.

Finalmente, se pudo observar que, efectivamente la investigada realizó la reversión de pagos y le informó al consumidor que la misma se había efectuado el 24 de septiembre de 2018.

Así las cosas, se tiene que en este caso, la investigada es quien asume la responsabilidad frente a las solicitudes y trámites de reversiones de pago que presentan los consumidores, por lo que es claro que ésta reconoce la obligación legal que le asiste como proveedor que emplea una plataforma de comercio electrónico, así se escude en el argumento expuesto por el representante legal suplente respecto de que realiza tales conductas para brindarle una mejor experiencia de usuario a los que hacen uso de su página web o de su aplicativo móvil.

De tal manera, se tiene que en este caso la investigada al tener facultades frente a la reversión del pago, sus conductas escapan del ámbito de un portal de contacto, ya que su labor no se limita solamente a relacionar a los sujetos que convergen en su plataforma, sino que interviene en el proceso de la comercialización de los bienes y servicios, recibiendo y tramitando solicitudes relacionadas con dicha prerrogativa, razón por la cual ésta de cara a las disposiciones legales que establece la Ley 1480 de 2011 o Estatuto del Consumidor relacionadas con este tema, se encuentra obligada a cumplirlas.

41.1.2.6. Consideraciones finales frente al modelo de negocio de la investigada:

Como consecuencia del análisis expuesto y contrario a lo afirmado por la investigada en sus escritos de defensa frente a este punto, se tiene que su modelo de negocio no corresponde al de un portal de contacto como lo manifestó de forma reiterada, sino que por el contrario es una plataforma de comercio electrónico, toda vez que ésta provee de manera habitual múltiples servicios encaminados a ofrecer bienes y/o servicios en su plataforma (v.gr. “*RappiAntojo*”, “*RappiCash*”, “*RappiPrime*”, “*marcas*”, “*sampling*”, acuerdos de colaboración y cooperación, CPG’s, otras alianzas), con un ánimo de lucro, que se vio evidenciado en los estados financieros que fueron analizados y que dieron cuenta que ésta percibía rubros por dichos servicios que ingresaron a su patrimonio.

Adicionalmente y como se observó, ésta no sólo contó con los tradicionales medios de pago sino que habilitó los propios como los correspondientes a “*RappiPay*” y “*Rappicréditos*”, para que los consumidores realizaran las transacciones económicas con el fin de perfeccionar las relaciones de consumo en su plataforma de comercio electrónico.

Asimismo, se pudo establecer que ésta como proveedor ostenta diversas facultades dentro de su modelo de negocio y que inciden de manera directa en las relaciones que se desarrollan en su plataforma, como que se prevalece de la figura del *Rappitendero* para perfeccionar la relación de consumo, toda vez que la misma no solo haya su razón de ser en una adquisición de productos sino que se requiere de la entrega efectiva de los bienes y por ello, el sujeto pasivo acude al vínculo comercial que tiene con esos mensajeros para que éstos procedan efectivamente a gestionar y realizar la entrega de los productos, con el fin de que los consumidores puedan disfrutarlos y utilizarlos; asimismo, ésta puede subrogarse en la posición del *Rappitendero*, convirtiéndose en el acreedor del consumidor, recibe y da trámite a las PQR’S presentadas por los consumidores, realiza publicidad, promociones y ofertas, tiene injerencia en la información pública de precios, pudiendo variar los valores que se encuentran visibles en la misma y tramita y realiza reversiones de pago.

Del mismo modo, no puede perderse de vista, que esta Superintendencia ha reconocido en varias oportunidades en sede jurisdiccional que ésta es el extremo pasivo de la relación de consumo en sus trámites, así como que en sede administrativa, ya se le había reconocido previamente su calidad de comercio electrónico.

En ese orden y analizadas en conjunto las características del modelo de negocio que realiza la investigada en el mercado, soportadas además con los medios probatorios antes expuestos y estudiados, se puede señalar que dicha sociedad realiza operaciones mercantiles en calidad de proveedor, mediante el intercambio de mensajes cursados telemáticamente en su plataforma y en la que no solo se ofrece por ésta un espacio tecnológico para que se lleven a cabo relaciones de

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

consumo, sino que tiene incidencia frente a las operaciones comerciales que allí se desarrollan. Por ello, los argumentos defensivos de la investigada sobre este punto no pueden ser acogidos.

Aunado a ello y en lo que corresponde a la manifestación expuesta en el escrito de alegatos de conclusión, respecto de que no existían pruebas que demostraran que operativa y contablemente *Rappi* funcionaba como una plataforma de comercio electrónico, este Despacho debe indicarle que, contrario a lo manifestado, sí existen tales medios de prueba en el plenario y que como se observó previamente, fueron el soporte y objeto de estudio de las características advertidas respecto del modelo de negocio de la investigada, por lo que dicho argumento no tiene asidero legal.

Por otro lado y en lo que corresponde al argumento referente a que pese a no ser un comercio electrónico, no por ello desprotegía a los usuarios, este Despacho debe indicarle, que tal y como se vio anteriormente, que sí ostenta tal calidad y por ello, es que se estudiarán de fondo las imputaciones endilgadas, con el fin de establecer si ésta efectivamente cumplió o no con la norma y, por ende, si resultan ser ciertas o no sus afirmaciones sobre este aspecto.

De igual manera y en lo concerniente a que no era una fuente de riesgos para el usuario, este Despacho debe indicarle que el presente procedimiento administrativo sancionatorio, no versa en determinar si ésta es o no un riesgo en el mercado, sino analizar si cumplió o no las normas que regulan la protección al consumidor en Colombia, toda vez que el régimen en materia del derecho de consumo es de carácter objetivo, razón por la cual lo que aquí es objeto de debate es determinar si el sujeto pasivo atendió o no a los preceptos legales que regulan la materia.

De igual modo y en lo referente a que en virtud de la libertad de empresa escogió ser un portal de contacto, este Despacho debe indicarle, que en este caso no se pone en tela de juicio tal libertad; sin embargo, debe recordársele que las libertades económicas no son absolutas y que la empresa tiene una función social que implica obligaciones, por ello, ésta no puede aludir a dicho argumento para validar que es un portal de contacto, cuando de lo anteriormente analizado se evidencia que es un verdadero proveedor de bienes y servicios que emplea una plataforma de comercio electrónico y que por ende, debe cumplir con las obligaciones legales que establece la Ley 1480 de 2011 o Estatuto del Consumidor y demás normas concordantes, expedidas en desarrollo de los derechos constitucionales que les asisten a los consumidores.

Finalmente y en lo que corresponde a que esta Autoridad no le otorgó a la investigada ninguna oportunidad o espacio procesal para contradecir el hecho de que era un portal de comercio electrónico, este Despacho debe indicar que no es aceptable su argumento, toda vez que esta Dirección le ha garantizado los derechos fundamentales y procedimentales que le asisten en las diversas etapas del presente trámite, de allí que se hubiera aceptado la práctica de la declaración de parte del representante legal para que expusiera sus consideraciones entorno a su modelo de negocio, así como la de la prueba pericial, que como se observó previamente la investigada nunca allegó a esta actuación.

En todo caso, debe volver a recordarse que era la investigada la que tenía la obligación de probar sus afirmaciones, con las excepciones que establece la ley³⁰, de conformidad con el principio de la carga de la prueba –*onus probandi*-³¹.

Así las cosas y como se le puso de presente al inicio de las consideraciones previas expuestas en este acto administrativo, la investigada era quien tenía el deber de allegar al presente procedimiento administrativo sancionatorio, todos aquellos medios de prueba necesarios para sustentar sus manifestaciones y desvirtuar que supuestamente no era un portal de comercio electrónico; sin embargo y revisado el plenario, se tiene que en este caso, la carga probatoria de ésta no fue cumplida, en tanto solo realizó una afirmación sin ser ésta debidamente sustentada, a sabiendas de que tuvo todas las oportunidades dentro de esta actuación para soportar sus argumentos respecto de lo antes mencionado.

En ese sentido, no son de recibo las manifestaciones concernientes a que esta Dirección realizó supuestos o asunciones para indicar que era un comercio electrónico, toda vez que dentro de la presente actuación, se señaló de manera precisa, clara y circunstanciada, las razones por las cuales

³⁰ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-086 de 2016. Expediente D-10902. Magistrado Ponente: PALACIO PALACIO, Jorge Iván. 24 de febrero de 2016. “Algunas excepciones son derivadas del reconocimiento directo de un acontecimiento por cualquiera que se halle en capacidad de observarlo debido a su amplia difusión (hechos notorios). Otras se refieren a aquellos hechos que por su carácter indeterminado de tiempo, modo o lugar hacen lógica y ontológicamente imposible su demostración para quien los alega (afirmaciones o negaciones indefinidas)⁶². Y otras son consecuencia de la existencia de presunciones legales o de derecho, donde “a la persona el sujeto procesal favorecido con la presunción solo le basta demostrar el hecho conocido que hace creíble el hecho principal y desconocido, de cuya prueba está exento”.

³¹ *Ibid.*

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

ésta no era un simple portal de contacto, sino que era un verdadero proveedor de bienes y servicios que empleaba una plataforma de comercio electrónico, situación que fue estudiada igualmente en este acto administrativo, teniendo en cuenta los elementos probatorios que obran en el plenario, así como las pruebas que incluso ésta misma allegó durante el trámite y sus argumentaciones expuestas en ejercicio de sus derechos del debido proceso, defensa y contradicción.

En ese orden, lejos de descartar el estudio realizado por Dirección, se confirma la calidad de proveedor que emplea una plataforma de comercio electrónico que tiene la investigada y, por ende, la obligación que le asiste de cumplir con las disposiciones legales en materia del derecho de consumo en Colombia, razón por la cual los argumentos esgrimidos, como se ha indicado a lo largo de este acápite no son de recibo por esta Autoridad y por el contrario, se procederá posteriormente al estudio de fondo de los cargos que le fueron endilgados.

41.1.3. Frente a las supuestas falencias formales por indebida imputación de cargos:

Por otra parte, la investigada tanto en su escrito de descargos identificado con el radicado número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019, como de alegatos de conclusión radicado con el consecutivo número 18-256766-76 del 17 de junio de 2020, señaló que en esta investigación existían falencias formales por indebida imputación de cargos, toda vez que, se le había endilgado una presunta responsabilidad al habersele otorgado el carácter de plataforma de comercio electrónico y que por ello, el acto administrativo mediante el cual se le habían formulado cargos, vulneraba los principios de tipicidad, legalidad y confianza legítima, así como el artículo 6° de la Constitución Política.

En ese orden, ésta manifestó en su escrito de descargos lo que a continuación se expone:

“(…) A. Falencias formales por indebida imputación de cargos:

Antes de entrar de fondo en el argumento, es necesario aclarar que la investigación administrativa iniciada por medio de la Resolución, debido a la naturaleza de los cargos, tiene necesariamente como sustento la declaratoria de Rappi como un comercio electrónico, realizada por la SIC en la Resolución 40212 de 2019.

De lo contrario, no tendría sentido alguno el reproche de la Delegatura ante el supuesto incumplimiento de algunas de las obligaciones contenidas en el Estatuto del Consumidor, pues, de ser Rappi una plataforma de contacto, ésta no tendría por qué cumplir con estas obligaciones.

Con respecto a las falencias formales en las que incurrió la Delegatura en su formulación de cargos, debe tenerse en cuenta que, de acuerdo con el artículo 29 de la Constitución Política y la jurisprudencia del Consejo de Estado, ‘en el derecho administrativo sancionatorio rige el principio de legalidad de las sanciones, conforme al cual toda infracción debe ser castigada de conformidad con normas preexistentes al hecho que se atribuye al sancionado’.

En el mismo sentido, la Corte Constitucional ha señalado que es imperativo que ‘toda imputación punible, incluso en materia administrativa, se haga con todos los componentes de la infracción, esto es, la conducta y la norma que se describe como reprochable’. (Subrayo).

Corroborando lo anterior lo expuesto por la Corte Suprema de Justicia que ha señalado que ‘la formulación de imputación deben conllevar la adecuación típica de la conducta realizada (...) es decir, que los hechos objeto de investigación imputación fáctica-correspondan a la descripción de la conducta que hace el legislador-imputación jurídica’.

Así las cosas, los presupuestos para que la SIC formule debidamente los cargos, imputados a Rappi, son dos: primero que exista una norma que contenga un supuesto de hecho sancionable; y segundo, que la conducta del particular corresponda con el supuesto de hecho contemplado en la norma.

Este último aspecto, resaltado, se echa de menos en la Resolución, como se expondrá a continuación.

B. La apertura de cargos vulnera los principios de tipicidad, legalidad y confianza legítima, así como el artículo 6 de la Constitución Política:

Como sustento de la presunta vulneración de ciertas disposiciones del Estatuto del Consumidor, la Delegatura argumenta, en la Resolución 40212 de 2019 (respecto de cuyo contenido Rappi no tuvo la oportunidad de ejercer defensa alguna), que Rappi ‘no actúa como un portal de contacto en los términos del artículo 53 de la Ley 1480 de 2011 sino que como

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

un proveedor de bienes y servicios a través de plataformas de comercio electrónico y, por lo tanto, le resultan aplicables lo dispuesto en el artículo 50 de la mencionada Ley y las demás disposiciones del Estatuto del Consumidor’.

Como sustento de esta declaratoria, afirma que ‘además de suministrar una herramienta tecnológica para la materialización de las relaciones de consumo, obtiene un porcentaje de los valores transados a través de la plataforma, participa en la realización del pago, emite publicidad, realiza promociones y ofertas, asume mediante los canales ‘chat Rappitendero’ y ‘soporte’ el diálogo con el consumidor, determina la procedencia de la ‘garantía de los precios’, y ‘adicionalmente, es quien comparece ante esta Superintendencia, como sujeto pasivo en las demandas en ejercicio de la acción de protección al consumidor y como investigado en las actuaciones que en ejercicio de las funciones administrativas adelanta esta entidad’.

Esta argumentación, como se explicará vulnera los principios de tipicidad, legalidad y confianza legítima, así como el artículo 6 de la Constitución Política, pues agrega a la norma elementos que no se encuentran en su texto con el fin de declarar a Rappi una plataforma de comercio electrónico.

Los artículos 49 y 53 de la Ley 1480 de 2011, en adelante el Estatuto del Consumidor, definen qué debe entenderse por comercio electrónico y portal de contacto respectivamente (...).

De estas definiciones es claro que en ningún lugar se definen como características del comercio electrónico la participación en la utilidades de los valores transados en la plataforma, la participación en la realización del pago, que, como se explicará más adelante, es independiente de Rappi o la atención mediante canales como el ‘ chat Rappitendero’.

En este sentido, la imputación incurre en una falencia al extender la definición del comercio electrónico por fuera de los parámetros de la misma ley y en este proceso vulnera los mencionados principios.

En materia administrativa sancionatoria, en virtud del principio de tipicidad la Corte Constitucional ha definido que ‘los comportamientos sancionables por la administración deben estar previamente definidos y en forma suficientemente clara por la ley’.

En desarrollo de este concepto, si bien la misma corporación ha admitido que en materia administrativa las sanciones tengan cierto grado de indeterminación, ha establecido también que en los conceptos o las sanciones, deben estar lo suficientemente definidas para que su definición no quede al arbitrio de la entidad que pretende sancionar.

Así, ha mencionado que ‘si el concepto es a tal punto abierto, que no puede ser concretado en forma razonable, entonces dichos conceptos desconocen el principio de legalidad, pues la definición del comportamiento prohibido queda abandonada a la discrecionalidad de las autoridades administrativas que valoran y sancionan libremente la conducta sin referentes normativos precisos’. (Subrayo).

Lo anterior cobra gran importancia si se tiene en cuenta que el principio de legalidad principio del cual hace parte la tipicidad ‘busca recortar al máximo la facultad discrecional de la administración en ejercicio del poder sancionatorio que le es propio. Precisión que se predica no sólo de la descripción de la conducta, sino de la sanción misma. (Subrayo).

Razón por la cual le es exigible a esta entidad sancionar únicamente bajo la definición normativa dada por la misma ley y no bajo criterios discrecionales definidos por la misma entidad.

En este punto es necesario aclarar que, en resoluciones previas, la Delegatura ha argumentado que la definición de criterios adicionales para la definición de comercio electrónico y portal de contacto nace del ‘ejercicio interpretativo de la aplicación de la norma al caso concreto en el marco de la administración de justicia, por parte del operador administrativo’.

Con respecto a este argumento, o interpretación, es necesario aclarar, en primer lugar, que la Delegatura para la Protección al consumidor no administra justicia. Esto se encuentra definido en el artículo 116 de la Constitución política (...) esta función recae sobre la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales, y, en todo caso, estamos ante un procedimiento administrativo sancionatorio.

Por esta razón, la Delegatura no cuenta con las mismas facultades con las que cuenta un juez de la República para definir el sentido de las leyes. Esta facultad, como ha reconocido la Corte Constitucional, recae, en principio, sobre los jueces ordinarios (...)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Adicionalmente, la actuación de la Delegatura vulnera también el principio de Confianza Legítima. Este principio, como ha sido definido por la jurisprudencia constitucional busca ‘amparar unas expectativas válidas que los particulares se habían hecho con base en acciones u omisiones estatales prolongadas en el tiempo, bien que se trate de comportamientos activos o pasivos de la administración pública, regulaciones legales’.

La vulneración de este principio en el caso concreto recae en que es una expectativa válida para los particulares que la Administración actúe siempre conforme a la ley y que no sancione la iniciativa privada con base a criterios que no se encuentran contenidos en la ley, pues ‘el Estado no puede súbitamente alterar unas reglas de juego que regulaban sus relaciones con los particulares’.

Independientemente de lo anterior, si el verdadero propósito de la Delegatura es efectivamente interpretar las disposiciones contenidas en los artículos 49 y 53 del Estatuto del Consumidor, la forma de hacerlo no es por medio de actos administrativos de carácter particular, y mucho menos en el curso de actuaciones sancionatorias,

Para esto, la SIC cuenta con otras herramientas, como lo son actos administrativos de carácter general o en últimas, cuenta con la Circular Única en la cual, en su título II se desarrollan las disposiciones relativas a la Protección del Consumidor.

En conclusión, una interpretación extensiva de los artículos 49 y 53 del Estatuto del Consumidor, como efectivamente sucedió en este caso, genera una vulneración del principio de confianza legítima, pues faculta a la entidad a definir discrecionalmente y sobre la marcha, los criterios bajo los cuales pretende sancionar a un investigado. De igual forma, vulnera el precepto constitucional contenido en el artículo 6 de la Carta, pues los servidores públicos únicamente pueden actuar conforme a lo que la ley los faculte para hacer.

Si por el contrario la Delegatura considera que las normas en cuestión no son claras y por ende merecen ser interpretadas por la autoridad, se estaría igualmente ante una vulneración del principio de legalidad y tipicidad, pues estaría la autoridad sancionando conforme a una Ley que no cumple con la especificidad requerida por los principios de legalidad y tipicidad en el proceso administrativo sancionatorio.

Adicionalmente, la SIC cuenta con instrumentos como la Circular Única para definir criterios relativos a las plataformas de contacto y el comercio electrónico que no considere suficientemente claros en el Estatuto del Consumidor (...).”

Asimismo, ésta indicó en su escrito de alegatos de conclusión, lo siguiente:

“(...) la Dirección ha incurrido en varias violaciones al principio de legalidad y al debido proceso con esta actuación administrativa. En efecto:

a. Prejuzgó a Rappi, pues el mismo día que imputó cargos en su contra por la violación de normas del Estatuto del Consumidor, expidió una serie de órdenes para remediar esa violación, la cual ya daba por cierta (Resolución No. 40212 de 2019);

b. Expidió órdenes definitivas para modificar el modelo de negocio de Rappi, aun cuando no había concluido la investigación administrativa en su contra;

c. Le impidió a Rappi el debido ejercicio de su derecho de contradicción, pues expidió las órdenes en un ‘acto administrativo de trámite’ que no era susceptible de recursos, aun cuando su decisión era de carácter definitivo;

d. Le impidió a la Compañía un debido ejercicio de su defensa, debido a la precaria sustentación de los cargos en los que incluso se habla genéricamente de denuncias, sin permitirle al investigado conocerlas o pronunciarse concretamente frente a éstas.

e. Le está imputando a Rappi unos cargos por el incumplimiento de obligaciones que por ley no le corresponden al tratarse de un portal de contacto.

(...)

Rappi no es una plataforma de comercio electrónico, sino un portal de contacto, en virtud de lo dispuesto por el artículo 53 del Estatuto del Consumidor. Por lo anterior, las normas en las que la Dirección fundamenta la imputación de los cargos no le son aplicables a la Compañía. Así las cosas, sería contrario al principio de legalidad y al debido proceso que la Dirección sancionara a Rappi por el incumplimiento de obligaciones que por ley no tiene (...).”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Al respecto, sea lo primero indicar que, el debido proceso como derecho fundamental, tiene incidencia en las actuaciones administrativas, ya que por una parte, se dirige a salvaguardar y proteger a los individuos incurso en actuaciones administrativas para que durante el trámite, se respeten las prerrogativas que éstos ostentan, mediante la aplicación de las normas previamente establecidas en el ordenamiento jurídico³², así como para que los actos administrativos que se produzcan tengan en cuenta la aplicación de los procedimientos previstos en la ley, con el fin de evitar la arbitrariedad de la autoridad que los profiere y así, garantizar la vigencia de los fines estatales³³.

De esta manera, vale la pena destacar que, este derecho cobra especial relevancia en el desarrollo las actuaciones administrativas en tres momentos específicos: **i)** en la formación de los actos administrativos, **ii)** en la notificación o publicación del mismo y **iii)** en la impugnación de la decisión (recursos)³⁴.

Sobre lo anterior, resulta útil destacar que, las autoridades en aras de salvaguardar el derecho fundamental al debido proceso de los administrados y las demás garantías que éste trae consigo³⁵, deben en la formación del acto administrativo que da inicio al procedimiento administrativo de carácter sancionatorio, establecer con precisión y claridad, los hechos que originan su expedición, las personas naturales o jurídicas objeto de la investigación, las disposiciones presuntamente vulneradas y las sanciones o medidas que serían procedentes³⁶, para así delimitar el marco de referencia en el que se ejercerá la potestad sancionatoria. Igualmente, éstas tienen el deber de salvaguardar y mantener las garantías tanto sustanciales como procesales establecidas en el acto administrativo que da inicio a una investigación administrativa, con el fin que se dé una correcta aplicación del principio de congruencia y se respete el debido proceso³⁷.

Así y como se indicó previamente, en el marco del debido proceso, se ejerce el poder punitivo del Estado –*ius puniendi*-³⁸, que encuentra sus expresiones tanto en el derecho penal como en el derecho administrativo sancionador; no obstante, debe aclararse que los principios propios del derecho penal que se aplican en materia administrativa, gozan de un matiz que los diferencia en cada uno de los casos³⁹, dada la naturaleza de la actuación, los fines que persiguen y el ámbito de aplicación de las normas⁴⁰.

³² CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia C-341 de 2014. Expediente D-9945. Magistrado Ponente: GONZÁLEZ CUERVO, Mauricio. 4 de junio de 2014.

³³ CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia T-442 de 1992. Magistrados Ponentes: RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Simón. GREIFFENSTEIN SANÍN, Jaime y BARÓN ANGARITA, Ciro. 3 de julio de 1992.

³⁴ CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia C-412 de 2015. Expediente D-10485. Magistrado Ponente: ROJAS RÍOS, Alberto. 1 de julio de 2015.

³⁵ CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia C-341 de 2014. “*Hacen parte de las garantías del debido proceso: (i) El derecho a la jurisdicción, que a su vez conlleva los derechos al libre e igualitario acceso a los jueces y autoridades administrativas, a obtener decisiones motivadas, a impugnar las decisiones ante autoridades de jerarquía superior, y al cumplimiento de lo decidido en el fallo; (ii) el derecho al juez natural, identificado como el funcionario con capacidad o aptitud legal para ejercer jurisdicción en determinado proceso o actuación, de acuerdo con la naturaleza de los hechos, la calidad de las personas y la división del trabajo establecida por la Constitución y la ley; (iii) El derecho a la defensa, entendido como el empleo de todos los medios legítimos y adecuados para ser oído y obtener una decisión favorable. De este derecho hacen parte, el derecho al tiempo y a los medios adecuados para la preparación de la defensa; los derechos a la asistencia de un abogado cuando sea necesario, a la igualdad ante la ley procesal, a la buena fe y a la lealtad de todas las demás personas que intervienen en el proceso; (iv) el derecho a un proceso público, desarrollado dentro de un tiempo razonable, lo cual exige que el proceso o la actuación no se vea sometido a dilaciones injustificadas o inexplicables; (v) el derecho a la independencia del juez, que solo es efectivo cuando los servidores públicos a los cuales confía la Constitución la tarea de administrar justicia, ejercen funciones separadas de aquellas atribuidas al ejecutivo y al legislativo y (vi) el derecho a la independencia e imparcialidad del juez o funcionario, quienes siempre deberán decidir con fundamento en los hechos, conforme a los imperativos del orden jurídico, sin designios anticipados ni prevenciones, presiones o influencias ilícitas”.*

³⁶ Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo. “**Artículo 47. Procedimiento administrativo sancionatorio.** Los procedimientos administrativos de carácter sancionatorio no regulados por leyes especiales o por el Código Disciplinario Único se sujetarán a las disposiciones de esta Parte Primera del Código. Los preceptos de este Código se aplicarán también en lo no previsto por dichas leyes.

Las actuaciones administrativas de naturaleza sancionatoria podrán iniciarse de oficio o por solicitud de cualquier persona. Cuando como resultado de averiguaciones preliminares, la autoridad establezca que existen méritos para adelantar un procedimiento sancionatorio, así lo comunicará al interesado. Concluidas las averiguaciones preliminares, si fuere del caso, formulará cargos mediante acto administrativo en el que señalará, con precisión y claridad, los hechos que lo originan, las personas naturales o jurídicas objeto de la investigación, las disposiciones presuntamente vulneradas y las sanciones o medidas que serían procedentes. Este acto administrativo deberá ser notificado personalmente a los investigados. Contra esta decisión no procede recurso.

Los investigados podrán, dentro de los quince (15) días siguientes a la notificación de la formulación de cargos, presentar los descargos y solicitar o aportar las pruebas que pretendan hacer valer. Serán rechazadas de manera motivada, las inconducentes, las impertinentes y las superfluas y no se atenderán las practicadas ilegalmente. (...)”.

³⁷ CONSEJO DE ESTADO. Sala de Consulta y Servicio Civil. Radicado No. 11001-03-06-000-2013-00392-00. Consejero Ponente: NAMÉN VARGAS, Álvaro. 30 de octubre de 2013.

³⁸ Corte Constitucional. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-530 de 2003. Expediente D-4386 y D-4396. Magistrado Ponente: MONTEALEGRE LYNETT, Eduardo. 3 de julio de 2003. “*La potestad punitiva del Estado agrupa el conjunto de competencias asignadas a los diferentes órganos para imponer sanciones de variada naturaleza jurídica. Por ello, la actuación administrativa requerida para la aplicación de sanciones, en ejercicio de la potestad sancionatoria de la administración –correctiva y disciplinara- está subordinada a las reglas del debido proceso que deben observarse en la aplicación de sanciones por la comisión de ilícitos penales (CP 29), con los matices apropiados de acuerdo con los bienes jurídicos afectados con la sanción”.*

³⁹ OSSA ARBELAEZ, Jaime. Derecho Administrativo Sancionador. Una aproximación dogmática. Segunda Edición. Legis. P. 187-424. La doctrina especializada expone que dentro de los principios más relevantes en el derecho sancionatorio son: i) principio de legalidad, ii) el principio de tipicidad; iii) el debido proceso; iv) el derecho de defensa, v) el derecho a no declarar contra mismo; vi) el principio de presunción de inocencia, vii) el principio *indubio pro reo*, viii) el principio de la prohibición de las sanciones de plano, ix) el principio de contradicción, x) principio de imparcialidad, xi) el principio de razonabilidad, xii) el principio de la prohibición de la analogía, xiii) el principio *nulla poena sine lege*, xiv) principio del *non bis in ídem*, xv) el principio de no retroactividad de la ley, xvi) el principio de favorabilidad, xvii) el principio del caso fortuito o de la fuerza mayor, xviii) el principio *solve et repete*, xix) el principio de prohibición de imponer sanciones privativas de la libertad, xx) el principio prohibitivo de la *reformatio in pejus*, xxi) el principio de culpabilidad, xxii) el principio de la personalidad de las sanciones o dimensión personalísima de la sanción, xxiii) el principio de la proporcionalidad y xxiv) el principio de oportunidad.

⁴⁰ Corte Constitucional. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-595 de 2010. Expediente D-7977. Magistrado Ponente: PALACIO PALACIO, Jorge Iván. 27 de julio de 2010.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

En todo caso, no debe perderse de vista que el ejercicio de esa potestad sancionatoria a cargo de la administración requiere de **(i) una ley previa que determine los supuestos que dan lugar a la sanción, así como la definición de los destinatarios de la misma, -sin que necesariamente estén desarrollados todos los elementos del tipo sancionatorio-, ya que es válida la habilitación al ejecutivo con las limitaciones que la propia ley impone; (ii) que exista proporcionalidad entre la conducta o hecho y la sanción prevista, de tal forma que se asegure tanto al administrado como al funcionario competente, un marco de referencia que permita la determinación de la sanción en el caso concreto, y (iii) que el procedimiento administrativo se desarrolle conforme a la normatividad existente, en procura de garantizar el debido proceso**⁴¹.

En ese orden y teniendo en cuenta lo anterior, cabe advertir frente a **(i)** la existencia de una ley previa que establezca los supuestos que dan lugar a la sanción y los destinatarios de la misma, que la misma hace referencia al principio de legalidad, *“que exige que en los procedimientos administrativos sancionatorios, la falta o conducta reprochable se encuentre tipificada en la norma -lex scripta- con anterioridad a los hechos materia de la investigación-lex previa*⁴².

De tal manera, que dicho principio comprende por una parte, una garantía de carácter material, esto es, la predeterminación normativa de las conductas infractoras y las sanciones y, por otro, el carácter formal que corresponde a la exigencia que las disposiciones estén contenidas *“en una norma con rango de ley, la cual podrá hacer remisión a un reglamento, siempre y cuando en la ley queden determinados los elementos estructurales de la conducta antijurídica*⁴³.

Por otra parte y en lo que corresponde al principio de tipicidad, debe indicarse que el mismo es un desarrollo del principio de legalidad y se refiere a *“la obligación que tiene el legislador de definir con claridad y especificidad el acto, hecho u omisión constitutivo de la conducta reprochada por el ordenamiento, de manera que le permita a las personas a quienes van dirigidas las normas conocer con anterioridad a la comisión de la misma las implicaciones que acarrea su transgresión*⁴⁴.

Asimismo, resulta oportuno indicar que si bien en materia sancionatoria, la ley puede hacer remisiones a los reglamentos para contemplar los tipos descritos en ella, la misma se encuentra limitada al núcleo esencial de lo que estipula la ley, por lo que la tipificación para la descripción de las conductas y la sanción, corresponden por mandato constitucional al legislador, mientras que la aplicación de la misma para subsumir el hecho antijurídico al tipo descrito, es labor de la administración⁴⁵.

Así las cosas y clarificado lo anterior, debe indicarse que en el presente caso y de acuerdo con el ámbito de competencias de este Despacho, el marco normativo fue delimitado en el acto administrativo que dio inicio a la presente investigación administrativa, ya que lo que se verifica es el cumplimiento tanto de la Ley 1480 de 2011, como del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 y la Circular Única de esta Superintendencia, con el fin de establecer si en este caso, la investigada atendió los preceptos que regulan la protección al consumidor en el marco del comercio electrónico.

Frente al particular y como anteriormente se expuso, la investigada en este caso no actúa como un portal de contacto en los términos del artículo 53 del Estatuto del Consumidor, sino que se reputa como un proveedor de bienes y servicios a través de una plataforma de comercio electrónico, razón por la cual le es aplicable la definición contemplada en el artículo 49 del mentado estatuto y, por ende, se encuentra obligada a cumplir en su integridad dicho cuerpo normativo.

Sobre este punto y como antes se abordó, resulta importante indicar que, por una parte el artículo 53 de la norma en cita, define qué es un portal de contacto y determina obligaciones a cargo del mismo, mientras que el artículo 49, se refiere al comercio electrónico. En ese sentido y como bien se estudió en el acápite anterior, esta Dirección estableció frente a este caso particular, con los elementos probatorios obrantes en el plenario, ciertas características particulares del modelo de negocio de la investigada, que dejaron en evidencia que no era un portal de contacto en los términos señalados en la ley, sino que por el contrario, ésta no solo se limitó en poner en contacto a los sujetos que convergían en su plataforma, sino que ésta tenía injerencia en las relaciones de consumo que se realizaban en dicho ámbito electrónico y se reputaba como un proveedor de bienes y/o servicios, toda vez que se dedicaba de manera habitual a ofrecer y comercializar los mismos con un ánimo de lucro.

⁴¹ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. SENTENCIA C-412 DE 2015. Magistrado Ponente: ROJAS RIOS, Alberto.

⁴² *Ibíd.*

⁴³ *Ibíd.*

⁴⁴ *Ibíd.*

⁴⁵ Cfr. *Ibíd.*

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Así, los artículos antes citados, establecen los aspectos esenciales frente a este tema, el Estatuto del Consumidor, así como el Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 y la Circular Única de esta Entidad, determinan y establecen las obligaciones legales que deben cumplirse en el ámbito del derecho del consumo por parte de los proveedores, de cara a la protección de los derechos de los consumidores.

En ese orden, es preciso reiterar que no fue mediante Resolución 40212 de 2019 que se reconoció por primera vez la calidad de proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico, pues como quedó expuesto en precedencia, dicha calidad ya había sido reconocida con anterioridad, en el marco de otra investigación administrativa (radicado 15-238747) en el que se le imputaron infracciones propias de la calidad de proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico, condición que no fue cuestionada en ningún momento por el sujeto pasivo de esta actuación, en ninguna de las etapas de dicho proceso administrativo. Así mismo, ha concurrido en varias oportunidades ante la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales, como demandado en el marco de las acciones de protección al consumidor, procesos en los que se ratificó su legitimación por pasiva, mediante sentencias en las que se ha declarado la vulneración a los derechos de los consumidores por parte de Rappi en calidad de proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico⁴⁶. Así las cosas, esta Dirección ante la necesidad imperiosa de salvaguardar los derechos de los consumidores y con la claridad de la calidad que ostenta la investigada en el marco de las relaciones de consumo que se materializan a través de la plataforma que usa para la comercialización de bienes y servicios, evaluó, con base en el material probatorio que obraba en el plenario, de manera clara, precisa y circunstanciada, las razones de hecho y de derecho, que reafirmaron a partir de la participación de la investigada en su modelo de negocio, que se estaba en presencia de un proveedor de bienes y servicios a través de una plataforma de comercio electrónico sujeto a cumplir las obligaciones legales contempladas en la Ley 1480 de 2011, como del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 y la Circular Única de esta Superintendencia y no de un portal de contacto como lo alega la investigada.

Circunstancia que incluso resulta ratificada mediante este acto administrativo, teniendo en cuenta los elementos probatorios, las circunstancias fácticas que rodean el caso y los argumentos esgrimidos por la investigada, por lo que en ese sentido es claro para este Despacho que la misma es un proveedor de bienes y/o servicios que emplea un portal de comercio electrónico y, por ende, debe cumplir las normas antes reseñadas.

Ahora y si bien, la investigada manifestó que dicha declaratoria realizada en su momento, vulneraba los principios de tipicidad, legalidad, así como el artículo 6° de la Constitución Política⁴⁷, porque este Despacho había agregado a las normas que regulan los portales de contacto y de comercio electrónico, elementos que no se encontraban en su texto, debe indicársele que, contrario a lo manifestado, no se presentó tal trasgresión, ya que el legislador en virtud de su libertad de configuración normativa, tiene la facultad de establecer preceptos normativos generales, señalando aspectos esenciales en los mismos, sin que le sea posible llegar a redactar disposiciones que contemplen todos los supuestos o que pretenda solucionar todas las vicisitudes que se presentan frente al desarrollo de los deberes y obligaciones de los sujetos.

Es por esto que, las normas que produce el legislativo, establecen aspectos esenciales para cada tema, pero es el operador administrativo el encargado de aplicarlas a cada caso en concreto; circunstancia que como se expuso, se realizó por parte de esta Dirección.

En ese orden, la aplicación de la normatividad a un caso concreto, , no puede ser visto como una vulneración a los principios de legalidad, tipicidad o una extralimitación de las funciones que ostenta esta Autoridad, sino que por el contrario, corresponde a un estudio y análisis de la situación fáctica respecto de la normativa que rige la protección al consumidor.

Ahora y como bien lo ha indicado esta Entidad previamente⁴⁸, es diferente a cuando en desarrollo de dicho ejercicio se vulneran los principios de integridad y coherencia en el razonamiento, tal y como lo expuso la Corte Constitucional, así:

“la Sala considera que en el proceso de interpretación de la norma deberá primar el principio de integridad y coherencia en el razonamiento, como lo ha expresado esta Sala ‘es razonable

⁴⁶ Sentencia No 523 de 23 de enero de 2019, Sentencia No 6607 de 30 de mayo de 2019, Sentencia No 9751 de 26 de agosto de 2019 y sentencia N° 16593 de 26 de diciembre de 2019.

⁴⁷ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. “**ARTÍCULO 6o.** Los particulares sólo son responsables ante las autoridades por infringir la Constitución y las leyes. Los servidores públicos lo son por la misma causa y por omisión o extralimitación en el ejercicio de sus funciones”.

⁴⁸ Cfr. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. DELEGATURA PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR. Resolución 55912 de 23 de agosto de 2016 “por la cual se resuelve un recurso de apelación”. Expediente N° 12-72495.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

suponer que en general es preferible aquella interpretación que logra satisfacer todos los criterios hermenéuticos suscitados en un debate jurídico, de tal manera que esos distintos puntos de vista se refuercen mutuamente y en cierta medida comprueben recíprocamente su validez, por medio de una suerte de ‘equilibrio reflexivo’ o ‘coherencia dinámica’⁴⁹.

De tal manera que, si bien el legislador definió a través del artículo 53 del Estatuto del Consumidor, al portal de contacto de manera genérica, esta Dirección en ejercicio de sus facultades de administración de justicia o aplicación de la norma, procedió a partir de dicho concepto a establecer y a analizar las pruebas obrantes en el plenario y determinó que el sujeto pasivo no se encuadraba en tal definición, sino que al advertir la forma en la que llevaba a cabo su modelo de negocio, acudió al artículo 49 del mentado estatuto y advirtió que la misma calificaba como un comercio electrónico⁵⁰, toda vez que se identificó el grado de intervención que tenía en las relaciones de consumo que se desarrollaban bien a través de su página web o su aplicativo móvil “RAPP”.

Así y una vez se acreditó la calidad que ostentaba la investigada en el mercado, esta Dirección procedió a analizar todas las circunstancias fácticas y jurídicas y determinó frente a este caso en específico, que existía mérito para formular los cargos que le fueron endilgados. En ese orden y atendiendo a los principios del debido proceso, el de legalidad y tipicidad, expuso de manera clara y precisa los fundamentos de hecho y de derecho, la persona jurídica objeto de la investigación y las sanciones o medidas que serían procedentes.

Ahora bien, en lo que se refiere a que esta Autoridad no cuenta con las mismas facultades con las que cuenta un juez de la república para definir el sentido de las leyes, este Despacho debe indicar que, le asiste razón a la investigada, al señalar que no ostenta las mismas facultades de un juez, pero no acoge el razonamiento expuesto, toda vez que, esta Dirección no realizó una labor de definir el sentido de las normas que le eran aplicables, sino que procedió a analizar las circunstancias fácticas y jurídicas de cara a los elementos probatorios que obraban en el plenario al momento de determinar que era un portal de comercio electrónico. Situación que como ya se expuso, es válida y no atenta contra los referidos principios del debido proceso, legalidad y tipicidad y mucho menos constituye una extralimitación de las funciones otorgadas tanto por la Ley 1480 de 2011 como el Decreto 4886 de 2011.

De igual manera y frente a las manifestaciones hechas por la investigada en sus escritos de defensa, respecto de que si el propósito de esta Autoridad era interpretar las disposiciones de los artículos 49 y 53 del Estatuto del consumidor, debía hacerlo a través de actos de carácter general o mediante la Circular Única y no mediante un acto de carácter particular, este Despacho debe reiterarle que, en este caso se analizaron las normas referidas de cara a las circunstancias particulares del caso, razón por la cual no hay lugar a acudir a otros tipos de actos administrativos para establecer tales situaciones, máxime cuando las disposiciones normativas a las que alude son claras y esta Autoridad lo que realizó fue una labor de análisis y aplicación de las mismas respecto de la situación específica del sujeto pasivo en el mercado colombiano.

Ahora, en lo que corresponde a que si las normas antes reseñadas no eran claras, se estaría frente a una vulneración del principio de legalidad y tipicidad, este Despacho debe indicarle que las mismas se encuentran vigentes dentro del ordenamiento jurídico colombiano y es válida su aplicación respecto de este caso; aunado a ello, debe indicársele que este no es el espacio idóneo para controvertir las mismas, por lo que si el sujeto pasivo considera que éstas atentan contra los referidos principios, puede acudir a las acciones constitucionales pertinentes para solicitar la declaratoria de inexecutable ante el órgano competente.

Por otra parte y en lo que se refiere a que con tal declaratoria se vulneró el principio de confianza legítima, este Despacho debe señalar que la Corte Constitucional aclaró, en la Sentencia C-131 de 2004, lo siguiente:

*“En esencia, la confianza legítima consiste en que el ciudadano debe poder evolucionar en un medio jurídico estable y previsible, en el cual pueda confiar. Para Müller este vocablo significa, en términos muy generales, que ciertas expectativas, que son suscitadas por un sujeto de derecho en razón de un determinado comportamiento en relación con otro, o ante la comunidad jurídica en su conjunto, y que producen determinados efectos jurídicos y si se trata de autoridades públicas **consiste en que la obligación para las mismas de preservar un comportamiento consecuente, no contradictorio frente a las particulares, surgido en un acto o acciones anteriores, incluso ilegales, salvo interés público imperioso contrario.***

⁴⁹ Ibid. Cfr. CORTE CONSTITUCIONAL. “Sentencia C-1260 de 2001. M.P. Rodrigo Uprimny Yepes. Fundamento 25. Un modelo de cómo esta Corte ha utilizado este criterio, puede observarse también en la sentencia C-568 de 2000 M.P. Alejandro Martínez Caballero”.

⁵⁰ Cfr. Ibid. Resolución 55912 de 23 de agosto de 2016 “por la cual se resuelve un recurso de apelación”. Expediente N° 12-72495.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Se trata, por tanto, que el particular debe ser protegido frente a cambios bruscos e inesperados efectuados por las autoridades públicas. En tal sentido, no se trata de amparar situaciones en las cuales el administrado sea titular de un derecho adquirido, ya que su posición jurídica es susceptible de ser modificada por la administración, es decir, se trata de una mera expectativa en que una determinada situación de hecho o regulación jurídica no serán modificadas intempestivamente. De allí que el Estado se encuentre, en estos casos, ante la obligación de proporcionarle al afectado un plazo razonable, así como los medios, para adaptarse a la nueva situación.

(...)

El principio de la confianza legítima es un corolario de aquel de la buena fe y consiste en que el Estado no puede súbitamente alterar unas reglas de juego que regulaban sus relaciones con los particulares, sin que se les otorgue a estos últimos un período de transición para que ajusten su comportamiento a una nueva situación jurídica. No se trata, por tanto, de lesionar o vulnerar derechos adquiridos, sino tan solo de amparar unas expectativas válidas que los particulares se habían hecho con base en acciones u omisiones estatales prolongadas en el tiempo, bien que se trate de comportamientos activos o pasivos de la administración pública, regulaciones legales o interpretaciones de las normas jurídicas. De igual manera, como cualquier otro principio, la confianza legítima debe ser ponderada, en el caso concreto, con los otros, en especial, con la salvaguarda del interés general y el principio democrático” (EFT)⁵¹.

De lo anterior, debe advertirse que no es posible acoger los argumentos de la investigada frente a este aspecto, toda vez que no se configura por parte de este Despacho un comportamiento contradictorio frente a las actuaciones del vigilado, toda vez que como bien se expuso previamente, en el expediente N° 15-238747, correspondiente a una investigación administrativa contra el sujeto pasivo, ya se le había reconocido la calidad de proveedor de bienes y servicios a través de su portal de comercio electrónico y éste no alegó en dicha oportunidad, lo que ahora indica en su defensa.

Por ello y teniendo en cuenta lo anterior, se puede advertir que en ningún momento esta administración alteró súbitamente su comportamiento frente a la aquí investigada, sino que por el contrario, lo ha preservado frente a las actuaciones de ésta en el mercado colombiano, de cara a las facultades legales establecidas y de conformidad con el sustento fáctico y jurídico expuesto en el acto administrativo que formuló cargos.

De igual manera, frente a este aspecto, este Despacho debe indicarle a la investigada que no son de recibo sus manifestaciones expuestas en los escritos de defensa, acerca de que aquí no se sancione la iniciativa privada, toda vez que dicha circunstancia no es objeto de debate dentro de este procedimiento administrativo sancionatorio, ya que como bien se expuso previamente, ésta tiene unas libertades económicas para desarrollar sus actividades en el mercado, pero no puede perder de vista que la empresa tiene una función social que implica obligaciones y por ello, debe acatar y cumplir los preceptos normativos contenidos en el Estatuto del Consumidor y demás normas concordantes.

Como consecuencia de lo anterior, debe indicarse que los argumentos esgrimidos frente a este punto no pueden ser acogidos, toda vez que es claro para este Despacho la calidad que ostenta la investigada en el mercado colombiano y con base en ello, determinó de conformidad con la normativa preexistente que ésta al parecer, no atendía los preceptos normativos que regulaban la protección al consumidor en el comercio electrónico y por ello, formuló el acto administrativo que dio inicio a la presente investigación administrativa.

Por ende y contrario a lo afirmado, esta Autoridad no incurrió en ninguna falencia al extender la definición de comercio electrónico dispuesta en el artículo 49 de la Ley 1480 de 2011 –Estatuto del Consumidor–, sino que en ejercicio de sus facultades legales de inspección, vigilancia y control, realizó el estudio de un caso concreto, para determinar presuntas infracciones a las disposiciones legales contenidas en el Estatuto del Consumidor, el Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 y la Circular Única de esta Superintendencia.

Asimismo y en lo que corresponde al principio de tipicidad que fue expuesto previamente, este Despacho debe indicar que, el mismo ha sido cabalmente cumplido, toda vez que en el acto administrativo que formuló cargos, se señalaron las disposiciones posiblemente vulneradas por el sujeto pasivo de esta actuación, teniendo en cuenta las situaciones fácticas evidenciadas, razón por la cual esta Autoridad no inició la presente investigación administrativa bajo criterios discrecionales, sino que tuvo en cuenta las normas preexistentes, los elementos probatorios y las circunstancias de hecho, para determinar que ésta no encajaba dentro de la definición de portal de contacto, sino de un comercio electrónico y, por ende, debía cumplir con las normas contempladas sobre este modelo de

⁵¹ Corte Constitucional. Sentencia C-131 de 2004. Expediente D-4599. M.P.: VARGAS HERNÁNDEZ, Clara Inés. 19 de febrero de 2004.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

negocio contemplado en el Estatuto del Consumidor, así como las aplicables del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 y la Circular Única de esta Superintendencia.

Por otra parte y teniendo en cuenta que el ejercicio de la potestad sancionatoria requiere que **(ii)** exista proporcionalidad entre la conducta o hecho y la sanción prevista, este Despacho debe indicar, que como se estudiará a fondo más adelante, se establecerá mediante un análisis del caso concreto, si la conducta desplegada por la investigada estuvo ajustada o no a la normativa imputada, para determinar así, si efectivamente se presentó o no una vulneración que conlleve a la imposición de una sanción administrativa, teniendo en cuenta que la misma en virtud de dicho principio, debe estar ajustada a la falta o a la infracción administrativa que se sanciona.

Así, del estudio que resulte de las imputaciones fácticas frente a la conducta de la investigada y las pruebas que obran en el expediente, este Despacho podrá determinar si tanto la falta descrita como la sanción correspondiente a la misma, son adecuadas a los fines de la norma, teniendo en cuenta que la misma no podrá ser excesiva en rigidez frente a la gravedad de los hechos, ni tampoco carente de relevancia frente a esa misma gravedad.

De esta forma y en consonancia con lo anterior, este Despacho debe indicarle a la investigada que las conductas que fueron objeto de reproche en el acto que formuló cargos, corresponden a los supuestos de hecho contemplados en las normas endilgadas y por ello, en el estudio de fondo, se procederá a determinar si las mismas estuvieron ajustadas o no a dichas disposiciones, teniendo en cuenta que en el presente procedimiento administrativo sancionatorio lo que se analiza es si el sujeto pasivo cumplió o no las mismas.

En tal sentido, no se presentan falencias formales en la formulación de cargos, toda vez que el mismo estuvo regido por los principios de legalidad y el debido proceso y por ello, en dicho acto administrativo como bien se expuso previamente, se indicaron de manera clara, precisa y circunstanciada los fundamentos de hecho y de derecho, así como quién sería el sujeto pasivo de la actuación y las sanciones o medidas que serían procedentes.

Por otro lado y en lo que corresponde a que **(iii)** el procedimiento administrativo se desarrolle conforme a la normatividad existente, en procura de garantizar el debido proceso⁵², este Despacho debe indicarle a la investigada, que en ningún momento se le ha cercenado tal derecho fundamental, toda vez que en este trámite existen un conjunto de garantías previstas en el ordenamiento jurídico orientadas a la protección del individuo que pueda estar incurso en una conducta administrativamente sancionable⁵³, precisando que son elementos integradores del debido proceso el derecho a la jurisdicción y el acceso a la justicia; el derecho al juez natural; el derecho a la defensa; el derecho a un proceso público desarrollado dentro de un tiempo razonable y el derecho a la independencia e imparcialidad del juez o funcionario.⁵⁴

En ese orden de ideas, este Despacho es enfático en señalar, que durante el curso de la presente actuación administrativa se ha dado cabal cumplimiento al debido proceso y los elementos integradores del mismo, razón por la cual no es posible acoger el argumento de la investigada respecto de que supuestamente no pudo controvertir la calidad de proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico, toda vez que ésta durante las diversas etapas del presente procedimiento ha expuesto las razones por las cuales consideró que no debía ser objeto de la presente actuación y porqué a su juicio ostenta la calidad de portal de contacto.

Asimismo y en lo concerniente al argumento referente a que esta Autoridad prejuzgó a la investigada, porque el mismo día en que expidió el acto administrativo que formuló cargos, profirió una orden administrativa para remediar las presuntas vulneraciones evidenciadas, este Despacho debe indicarle que tales afirmaciones no son ciertas, toda vez que, la actividad desarrollada por la Dirección, se encuentra dirigida a dar cabal cumplimiento a los fines estatales y está sujeta a las disposiciones constitucionales y legales vigentes, por lo que en cumplimiento de las funciones de inspección, vigilancia y control, está facultada tanto para impartir órdenes administrativas como para iniciar de oficio procedimientos administrativos sancionatorios dirigidos a proteger el interés general respecto de personas naturales o jurídicas que incumplan sus obligaciones legales y/o infrinjan las disposiciones contenidas en la Ley 1480 de 2011 y demás normas concordantes y, por consiguiente, establecer si es o no procedente imponer determinadas sanciones.

⁵² CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. SENTENCIA C-412 DE 2015. Magistrado Ponente: ROJAS RIOS, Alberto.

⁵³ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-089 de 2011. Expediente D-8206. Magistrado Ponente: VARGAS SILVA. 16 de febrero de 2011.

⁵⁴ CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia C-248 de 2013. Expediente: D-9285. Demanda de Inconstitucionalidad. Magistrado Ponente: GONZÁLEZ CUERVO. 24 de abril de 2013.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Asimismo y como se ha expuesto a lo largo de este acápite, en desarrollo de sus competencias, tiene el deber de garantizar en el curso de las investigaciones administrativas los derechos fundamentales que les asisten a los investigados, en tanto el ejercicio de *Ius Puniendi* del Estado⁵⁵, se despliega teniendo en consideración dichas prerrogativas, así como lo que establece en materia procedimental la Ley 1437 de 2011,⁵⁶ por cuanto el Estatuto del Consumidor, remite expresamente a éste.⁵⁷

En este sentido, resulta oportuno mencionar que esta Dirección en ejercicio de sus facultades, inició de manera oficiosa una averiguación preliminar, con el fin de establecer si la aquí investigada, cumplía para ese momento las normas que regulaban la protección al consumidor en Colombia. En ese orden, procedió a expedir el requerimiento de información identificado con el número 18-256766-0 del 3 de octubre de 2018.

Lo anterior, lo hizo en ejercicio de sus funciones de inspección, control y vigilancia, con estricto apego al debido proceso contenido en el artículo 29 de la Constitución Política⁵⁸, así como en lo dispuesto en el Código de Procedimiento Administrativo⁵⁹ y el Código General del Proceso⁶⁰, con el fin de recaudar todos aquellos elementos materiales probatorios que le permitieran establecer y verificar si se cumplía o no la normativa y/o definir la necesidad de abrir una investigación formal.

Así y teniendo en cuenta que, la investigada allegó el 24 de octubre de 2018 una documentación identificada con el radicado número 18-256766-2, con el propósito de atender el requerimiento de información anterior, esta Dirección evidenció que existían al parecer, unas irregularidades respecto del cumplimiento de las disposiciones normativas contenidas en la Ley 1480 de 2011 –Estatuto del Consumidor–, razón por la que continuó con el desarrollo de dicha etapa, para recaudar diversos elementos probatorios que le permitieran tener claridad sobre los hechos observados, identificar e

⁵⁵ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-699 de 2015. Expediente: D-10610. Magistrado Ponente: ROJAS RÍOS, Alberto. 18 de noviembre de 2015. “El derecho sancionador es una categoría jurídica amplia y compleja, por la cual el Estado puede ejercer un derecho de sanción o *ius puniendi*, destinado a reprimir conductas que se consideran contrarias al Derecho, es decir, a los derechos y libertades u otros bienes jurídicos protegidos. Dentro de sus manifestaciones, se han distinguido de un lado el derecho penal delictivo, que por lo mismo que está encaminado a proteger bienes jurídicos más preciados para el ordenamiento admite la punición más severa, y de otro, los que representan en general poderes del Derecho administrativo sancionador, como es el caso del contravencional, del disciplinario y del correccional, en el que el derecho disciplinario procura asegurar el cumplimiento de deberes y obligaciones por parte de servidores públicos o profesionales de determinadas profesiones como médicos, abogados o contadores. Entre los diversos tipos de derecho sancionador existen diferencias: es así como en el derecho penal no sólo se afecta un derecho tan fundamental como la libertad sino que además sus mandatos se dirigen a todas las personas, por lo cual es natural que en ese campo se apliquen con máximo rigor las garantías del debido proceso y admite una punición más severa. En cambio, otros derechos sancionadores no sólo no afectan la libertad física, pues se imponen otro tipo de sanciones, sino que además sus normas operan en ámbitos específicos, ya que se aplican a personas que están sometidas a una sujeción especial, por lo que las sanciones aplicables son de diferente entidad”.

CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-616 de 2002. Expediente D-3860. Magistrado Ponente: CEPEDA ESPINOSA, Manuel José. 6 de agosto de 2002. “La potestad sancionadora administrativa busca garantizar la organización y el funcionamiento de las diferentes actividades sociales. La Corte ha resaltado que la potestad sancionadora de la administración es un medio necesario para alcanzar los objetivos que ella se ha trazado en el ejercicio de sus funciones... [por lo que] se orienta más... en función de la importancia del interés público amenazado”.

⁵⁶ CÓDIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO. “Artículo 3°. Principios. Todas las autoridades deberán interpretar y aplicar las disposiciones que regulan las actuaciones y procedimientos administrativos a la luz de los principios consagrados en la Constitución Política, en la Parte Primera de este Código y en las leyes especiales.

Las actuaciones administrativas se desarrollarán, especialmente, con arreglo a los principios del debido proceso, igualdad, imparcialidad, buena fe, moralidad, participación, responsabilidad, transparencia, publicidad, coordinación, eficacia, economía y celeridad.

1. En virtud del principio del debido proceso, las actuaciones administrativas se adelantarán de conformidad con las normas de procedimiento y competencia establecidas en la Constitución y la ley, con plena garantía de los derechos de representación, defensa y contradicción.

En materia administrativa sancionatoria, se observarán adicionalmente los principios de legalidad de las faltas y de las sanciones, de presunción de inocencia, de no reformatio in pejus y non bis in idem.

(...)

3. En virtud del principio de imparcialidad, las autoridades deberán actuar teniendo en cuenta que la finalidad de los procedimientos consiste en asegurar y garantizar los derechos de todas las personas sin discriminación alguna y sin tener en consideración factores de afecto o de interés y, en general, cualquier clase de motivación subjetiva.

4. En virtud del principio de buena fe, las autoridades y los particulares presumirán el comportamiento leal y fiel de unos y otros en el ejercicio de sus competencias, derechos y deberes.

(...)

8. En virtud del principio de transparencia, la actividad administrativa es del dominio público, por consiguiente, toda persona puede conocer las actuaciones de la administración, salvo reserva legal.

9. En virtud del principio de publicidad, las autoridades darán a conocer al público y a los interesados, en forma sistemática y permanente, sin que medie petición alguna, sus actos, contratos y resoluciones, mediante las comunicaciones, notificaciones y publicaciones que ordene la ley, incluyendo el empleo de tecnologías que permitan difundir de manera masiva tal información de conformidad con lo dispuesto en este Código. Cuando el interesado deba asumir el costo de la publicación, esta no podrá exceder en ningún caso el valor de la misma. (...).

⁵⁷ LEY 1480 DE 2011. “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”. “Artículo 60. Procedimiento. Las sanciones administrativas serán impuestas previa investigación, de acuerdo con el procedimiento establecido en el Código Contencioso Administrativo.

Parágrafo. Las actuaciones administrativas relacionadas con el ejercicio de las facultades a las que se refiere este capítulo, podrán surtirse aplicando medios electrónicos o tecnologías de la información y la comunicación, de conformidad con las disposiciones legales vigentes”.

⁵⁸ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. “ARTICULO 29. El debido proceso se aplicará a toda clase de actuaciones judiciales y administrativas. Nadie podrá ser juzgado sino conforme a leyes preexistentes al acto que se le imputa, ante juez o tribunal competente y con observancia de la plenitud de las formas propias de cada juicio.

En materia penal, la ley permisiva o favorable, aun cuando sea posterior, se aplicará de preferencia a la restrictiva o desfavorable.

Toda persona se presume inocente mientras no se la haya declarado judicialmente culpable. Quien sea sindicado tiene derecho a la defensa y a la asistencia de un abogado escogido por él, o de oficio, durante la investigación y el juzgamiento; a un debido proceso público sin dilaciones injustificadas; a presentar pruebas y a controvertir las que se alleguen en su contra; a impugnar la sentencia condenatoria, y a no ser juzgado dos veces por el mismo hecho.

Es nula, de pleno derecho, la prueba obtenida con violación del debido proceso”.

⁵⁹ CÓDIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO. “Artículo 60. Procedimiento. Las sanciones administrativas serán impuestas previa investigación, de acuerdo con el procedimiento establecido en el Código Contencioso Administrativo”.

⁶⁰ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-165 de 2019. Expediente D-12536. Magistrado Ponente: LINARES CANTILLO, Alejandro. 10 de abril de 2019.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

individualizar al posible autor de la conducta y determinar si existía o no una posible infracción de las normas que son resorte de este Despacho.

De tal manera que una vez desarrollada dicha etapa, esta Autoridad encontró, por un lado, que existía mérito para adelantar el presente procedimiento administrativo sancionatorio, por presuntamente infringir las normas que regulan la protección al consumidor, razón por la que se señaló con precisión y claridad los fundamentos de hecho y de derecho, así como las sanciones y medidas que serían procedentes y, por otro lado, evidenció que ésta desconocía otras obligaciones legales contempladas en el Estatuto del Consumidor, el Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 y la Circular Única de esta Superintendencia, razón por la que decidió impartir una orden administrativa.

En ese orden y considerando que a partir de los elementos probatorios recaudados, se presentaron dos circunstancias jurídicas diferentes, esta Autoridad dentro de esta actuación identificada con el número de radicado 18-256766, decidió efectivamente desplegar dos de sus funciones de inspección, control y vigilancia, las cuales son:

“ARTÍCULO 59. FACULTADES ADMINISTRATIVAS DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Además de la prevista en el capítulo anterior, la Superintendencia de Industria y Comercio tendrá las siguientes facultades administrativas en materia de protección al consumidor, las cuales ejercerá siempre y cuando no hayan sido asignadas de manera expresa a otra autoridad:

1. Velar por la observancia de las disposiciones contenidas en esta ley y dar trámite a las investigaciones por su incumplimiento, así como imponer las sanciones respectivas.

9. Ordenar las medidas necesarias para evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores por la violación de normas sobre protección al consumidor”.

De esta forma, las actuaciones administrativas que fueron desarrolladas, se sustentaron en facultades administrativas diferentes y se desplegaron de manera oficiosa, dentro del marco legal aplicable y se garantizaron los derechos fundamentales y procedimentales que le asisten a la investigada, buscando con ello, proteger los derechos de los consumidores considerados como una universalidad, mediante la ordenación de correctivos orientados a evitar que se produjeran daños o perjuicios a los consumidores por la violación de las normas relativas a su protección y la formulación de cargos dentro de una investigación administrativa con el objetivo de verificar las posibles infracciones en las que incurrió al parecer el vigilado frente al Régimen de Protección al Consumidor.

En consecuencia, en este caso no existe un prejuizgamiento por emitir bajo un mismo número de radicado dos actos administrativos sustentados en dos facultades diferentes, máxime si se tiene en cuenta que, los fundamentos que corresponden a las imputaciones aquí endilgadas no son las que conciernen a la orden administrativa dada ni fueron las que sustentaron el inicio de la investigación administrativa por la presunta inobservancia de dicha orden.

En ese orden y si bien dentro de esta actuación administrativa, efectivamente se desarrollaron trámites paralelos, los mismos son diferentes porque encuentran su sustento y/o fundamento no solo en los principios de legalidad⁶¹ y debido proceso⁶², sino también en el ejercicio de las diversas funciones de inspección, vigilancia y control, claramente identificables con las que cuenta este Despacho.

⁶¹ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-816 de 2011. Expediente D- 8473. Magistrado Ponente: GONZÁLEZ CUERVO, Mauricio. “la idea del Estado de Derecho se concreta para la administración en el principio de legalidad, según el cual la actividad administrativa se halla sometida a las normas superiores del ordenamiento jurídico, no pudiendo hacer u omitir sino aquello que le está permitido por la Constitución, la Ley y los Reglamentos pertinentes. La efectividad de tal principio, como deber ser, busca asegurarse a través del control de legalidad, en prevención de actuaciones ilegales o arbitrarias del Poder Ejecutivo o de las autoridades que realizan la función administrativa”.

CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C- 412 de 2015. Expediente D-10485. Magistrado Ponente: ROJAS RÍOS, Alberto. “El principio de legalidad exige que dentro del procedimiento administrativo sancionatorio la falta o conducta reprochable se encuentre tipificada en la norma -lex scripta- con anterioridad a los hechos materia de la investigación-lex previa. En materia de derecho sancionatorio el principio de legalidad comprende una doble garantía, a saber: material, que se refiere a la predeterminación normativa de las conductas infractoras y las sanciones; y, formal, relacionada con la exigencia de que estas deben estar contenidas en una norma con rango de ley, la cual podrá hacer remisión a un reglamento, siempre y cuando en la ley queden determinados los elementos estructurales de la conducta antijurídica. Esto se desprende del contenido dispositivo del inciso 2° del artículo 29 de la Constitución Política que establece el principio de legalidad, al disponer que “nadie podrá ser juzgado sino conforme a las leyes preexistentes al acto que se imputa (...)”, es decir, que no existe pena o sanción si no hay ley que determine la legalidad de dicha actuación, ya sea por acción u omisión”.

⁶² Ibid. “El artículo 29 de la Constitución dispone, de una parte, que toda actuación se desarrolle con sujeción al procedimiento legalmente preestablecido en la materia. Y, de otra, constituye una limitación a los poderes del Estado, habida cuenta de que corresponde al legislador establecer previamente la infracción, las sanciones a que se hacen acreedores quienes incurran en estas y la definición de las autoridades públicas o administrativas competentes para realizar la investigación y, consecuentemente, imponer la sanción. La jurisprudencia constitucional ha sostenido de manera reiterada que el debido proceso es el conjunto de garantías previstas en el ordenamiento jurídico orientadas a la protección del individuo incurso en una conducta judicial o administrativamente sancionable, precisando que son elementos integrantes del debido proceso los siguientes: “a) el derecho a la jurisdicción y el acceso a la justicia; b) el derecho al juez natural; c) el derecho a la defensa; d) el derecho a un proceso público, desarrollado dentro de un tiempo razonable; e) el derecho a la independencia del juez y f) el derecho a la independencia e imparcialidad del juez o funcionario (...)Las garantías procesales en el campo administrativo sancionatorio no son iguales a las del ámbito judicial, toda vez que se enmarcan dentro de rasgos y etapas diversas. El debido proceso en las actuaciones administrativas opera en tres momentos específicos: (i) en la formación de la decisión administrativa (acto administrativo), (ii) en la notificación o publicación de esa decisión administrativa, y (iii) en la impugnación de la decisión (recursos)”.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Ahora, frente al argumento correspondiente a que se expidieron órdenes definitivas para modificar su modelo de negocio sin haber concluido la presente investigación, éste Despacho debe remitirse a los argumentos anteriores e indicarle que, la expedición de la orden administrativa estuvo soportada en el ejercicio de la función administrativa antes reseñada y se realizó acogida a los principios de legalidad y debido proceso, razón por la cual era válido que se profiriera la misma de forma paralela a esta investigación, toda vez que lo que se buscó fue evitar que se produjeran daños o perjuicios a los consumidores por la violación de las normas relativas a la protección al consumidor. En ese sentido, la expedición de dicha orden no afecta el presente procedimiento administrativo sancionatorio.

Aunado a ello y en lo que corresponde a que se expidió una orden definitiva para modificar su modelo de negocio, este Despacho debe indicarle que el acto administrativo expedido, correspondió a una medida preventiva o cautelar⁶³ concerniente a evitar un daño o un perjuicio a los consumidores y que tuvo como objetivo que la investigada encuadrara sus conductas frente a las obligaciones legales que le asistían; de tal manera que, si dicha circunstancia le implicó modificar su modelo de negocio como afirma, fue porque posiblemente ésta no acataba los deberes legales que le asistían.

Asimismo y respecto de que esta Autoridad le impidió el ejercicio del derecho de contradicción, porque expidió dicha orden mediante un acto de trámite que no era susceptible de recursos aun cuando la decisión era definitiva, este Despacho debe indicarle que, dicha manifestación no es cierta, toda vez que, por una parte, es el artículo 75 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, el que establece que frente a dichos actos administrativos no proceden recursos. En ese orden, dicha improcedencia corresponde a un mandamiento legal y no a una decisión de la administración y, por otra, debe destacarse que el legislador dotó a esta Autoridad de la facultad administrativa de ordenar las medidas necesarias para evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores por la violación de normas sobre protección al consumidor.

En ese orden y teniendo en cuenta que la materialización de dicha competencia, se realiza mediante la expedición de actos administrativos que pueden ser de carácter preventivo y cuyo objeto es evitar dichos daños o perjuicios, resultaba factible que esta Autoridad de manera oficiosa pudiera escoger la medida más idónea según las circunstancias del presente caso, por lo que en ejercicio de tal potestad, profirió dicha orden como un modo de reafirmar la tutela especial que merecen los derechos de los consumidores, que como se saben son de rango constitucional⁶⁴.

Así y si bien el acto administrativo que cuestiona la investigada goza de presunción de legalidad⁶⁵, debe recordársele que el mismo no contempló una decisión definitiva, ya que mediante éste no se concluyó una investigación administrativa⁶⁶, sino que por el contrario, lo que se buscó fue prevenir un daño o perjuicio a los consumidores y, por ello, se determinó que la investigada debía cumplir con unas obligaciones de hacer, por lo que la expedición de la Resolución N° 40212 de 28 de agosto de 2019 “*por la cual se imparte una orden administrativa*”, tuvo como fundamento el conjunto de competencias que le asisten a esta Autoridad y que le permitieron actuar de manera previa frente a su vigilado.

De tal manera que, no es de recibo por parte de este Despacho que no pudiera ejercer su derecho de contradicción, toda vez que pese a que existe una improcedencia de orden legal para interponer recursos frente al acto administrativo mediante el cual se impartió una orden administrativa, ésta ha tenido la posibilidad y ha ejercido dicha prerrogativa durante las diversas etapas de este trámite.

Asimismo y en lo que corresponde a que no pudo ejercer de forma debida su derecho de defensa frente a la precaria sustentación de los cargos, este Despacho debe indicarle que no son de recibo sus manifestaciones, toda vez que cada una de las imputaciones fácticas endilgadas, fueron debidamente sustentadas de conformidad con los parámetros legales que establece el artículo 47 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, de allí que en las mismas, se expusiera de manera clara y precisa los fundamentos de hecho y derecho, se individualizara al sujeto pasivo de esta actuación y se establecieran las sanciones o medidas que serían procedentes.

Ahora, en lo que corresponde a que este Despacho hizo referencia de forma genérica a unas denuncias, frente a las que no se le permitió conocerlas o pronunciarse concretamente frente a ellas, debe indicársele que tal manifestación no es cierta, ya que por una parte, esta Dirección tuvo en cuenta

⁶³ PARRA QUIJANO, Jairo. Medidas Cautelares Innominadas. Código General del Proceso Ley 1564 de 2013. P. 301 y ss.

⁶⁴ Cfr. KLETT FERNÁNDEZ, Selva Anabella. Las medidas cautelares innominadas en el Código General del Proceso de la República Oriental del Uruguay. En: Escritos sobre diversos temas de derecho procesal. 2003. P. 1020

⁶⁵ CONSEJO DE ESTADO. Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Cuarta. Radicación número: 25000-23-27-000-2009-00056-01 (18414). Consejero Ponente: ORTÍZ DE RODRÍGUEZ, Carmen Teresa. 2012.

⁶⁶ CONSEJO DE ESTADO. Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Quinta. Radicación número: 11001-03-28-000-2008-00026-00; 11001-03-28-000-2008-00027-00. Consejero Ponente: JIMÉNEZ OCHOA, Filemón. 2009.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

el consolidado de PQR's que la misma investigada allegó de manera libre, voluntaria y espontánea durante la etapa de averiguación preliminar mediante el radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, así como las denuncias que fueron presentadas ante esta Entidad por diversos consumidores y respecto de las cuales, cabe destacar obran dentro del presente expediente, frente al que la investigada ha tenido pleno acceso, bien en los canales presenciales de esta Superintendencia o mediante el Sistema de Trámites y Gestión Documental de esta Entidad; asimismo, en el acto administrativo que formuló cargos se señalaron las mismas de manera clara, precisa y circunstanciada y en la parte resolutive de la Resolución N° 40214 de 28 de agosto de 2019 “*por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos*”, se determinó que a los denunciados no se les reconocería la calidad de terceros interesados.

Aunado a ello, debe ponerse de presente que el ejercicio de las facultades administrativas que ostenta esta Dirección, no se encuentran dirigidas a resolver conflictos particulares como sucede en sede jurisdiccional, sino que por el contrario, lo que se busca es proteger los derechos de los consumidores considerados como una universalidad, a través de la verificación de las posibles infracciones en la que incurran los particulares frente al Régimen de Protección al consumidor.

Como consecuencia de lo anterior, este Despacho debe indicar, que teniendo en cuenta que la investigada sí es un proveedor de bienes y/o servicios a través de una plataforma de comercio electrónico, que no se vulneraron los principios a los que aludió en su defensa y que por el contrario, se le han garantizado los derechos fundamentales y procedimentales que le asisten, es procedente analizar de fondo los cargos endilgados, con el fin de determinar si ésta cumplió o no con las disposiciones contenidas en el Estatuto del Consumidor, el Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 y la Circular Única de esta Superintendencia.

42.2. Problema Jurídico

La Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, se encargará de determinar si la conducta desplegada por **RAPPI S.A.S.** identificada con NIT. 900.843.898-9, configura o no una vulneración de los numerales 1.1, 1.3 y 1.5 del artículo 3°, los artículos 6°, 23, el numeral 2.2. del artículo 24, los artículos 26, 29, 30, 33, los numerales 1°, 2°, 9° y 13 del artículo 43, los numerales 1° y 4° del artículo 46, el artículo 47, los literales b), c), d), g) y el parágrafo del artículo 50 y el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011, así como los numerales 2.1.1, 2.1.1.2, 2.1.2.1, 2.3, 2.3.2 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio y los numerales 9° y 10° del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015.

42.3. Frente a la presunta vulneración del numeral 1.3 del artículo 3°, los artículos 23, 29, 30, 33 y el literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con los numerales 2.1.1, 2.1.1.2 y 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio - Imputación fáctica N° 1-:

En este cargo, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor imputó presunta responsabilidad a la investigada, por considerar que con su conducta podría configurarse una vulneración a lo dispuesto en el numeral 1.3 del artículo 3°, los artículos 23, 29, 30, 33 y el literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con los numerales 2.1.1, 2.1.1.2 y 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio.

De esta manera, esta Dirección procederá al análisis de la presente imputación fáctica, frente a la conducta de la investigada, los argumentos expuestos y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normativa.

Así las cosas, esta Dirección considera necesario señalar en primera medida que, el numeral 1.3 del artículo 3° de la Ley 1480 de 2011, establece como uno de los derechos de los consumidores y usuarios, el de obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos.

De esta manera, resulta necesario verificar los demás elementos exigidos por la Ley 1480 de 2011, en cuanto a la información mínima que debe entregarse al consumidor, conforme a las reglas jurídicas del artículo 23 de la norma en cita, en efecto que la misma debe ser clara, veraz, suficiente, comprensible, precisa e idónea.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

En efecto, se tienen los siguientes alcances para los elementos aludidos:

Claridad y comprensibilidad: *“Que no dé lugar a dudas, inteligible, fácil de comprender”⁶⁷, “que sea inequívoca, indiscutible incuestionable la información que se suministra al consumidor sobre el producto. Que se indique los componentes, el modo o cualidad de fabricación, las propiedades, calidad e idoneidad de los productos que se ofrezcan o pongan en circulación de manera clara e inequívoca”⁶⁸.*

Veracidad: *“este elemento se refiere a la realidad y certeza de la información, implica que de estar ajustada a la realidad, además que debe ser cierta y comprobable. Así las cosas, debe existir correspondencia entre los atributos que se ofrecen respecto del bien y los que efectivamente se otorgan al consumidor”⁶⁹.*

Suficiencia: *“implica que la información que se suministre a los consumidores, debe ser completa, esto con el fin de que el consumidor cuente con los elementos de juicio suficientes para elegir entre la variedad de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, para que adopte decisiones de consumo razonables”⁷⁰.*

Oportunidad: se debe entender que implica que la información se de en el momento adecuado, *“cuando el consumidor la necesite, de tal forma que una información extemporánea puede alterar la capacidad de decisión del consumidor (...)”⁷¹.*

Verificabilidad: debemos comprender que el mismo hace referencia que la información *“se puede verificar. Que permite comprobar su verdad y examinar el método por el que se ha alcanzado”⁷².*

Por otra parte, debe indicarse que, la publicidad es la forma de comunicación o divulgación para direccionar la atención del público a través de cualquier canal de comunicación, con el fin de incentivar a los consumidores a que adquieran los productos que se ofrecen en el mercado.

Así pues, se tiene que la actividad publicitaria por sí misma tiene una alta potencialidad lesiva, en la medida en que la actuación de un comerciante que resulte contraria a los usos y prácticas mercantiles, puede causar un grave daño, no solo al mercado, sino a los consumidores medios o racionales, razón por la cual, el contenido del mensaje debe ser verídico, honesto y atender a las prácticas usuales del comercio, pues ante todo la publicidad debe cumplir con la función orientadora, esto es, lograr que el consumidor elija fundadamente entre la variedad de bienes y servicios que se ofertan en el mercado, pues ese es justamente el interés jurídico protegido.

En ese sentido, el Estatuto del Consumidor -Ley 1480 de 2011- en su artículo 3° establece como derecho de los consumidores recibir protección frente a la publicidad engañosa, y el artículo 5° del mismo cuerpo normativo define la publicidad engañosa *“como aquella cuyo mensaje no corresponda a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión”*.

Ahondando en el tema de la publicidad, es ésta el medio por excelencia que tienen los productores y/o proveedores para ofrecer sus productos con el fin de atraer la atención de los consumidores, lo que a su vez implica un incremento de la competencia y la garantía de libertad de empresa contenida en la Carta Política de 1991. Sin embargo, hay casos en donde la publicidad se torna engañosa, razón por la cual el control legal de la publicidad adquiere especial relevancia jurídica.

Es por lo anterior, que el artículo 29 de la Ley 1480 de 2011, hace referencia a las condiciones objetivas de la publicidad, las cuáles deben entenderse como todas aquellas afirmaciones que se refieren a características, cualidades o atributos del producto y que cumplen una función informativa tendiente a proporcionar al consumidor argumentos que lo guíen en su decisión de compra, por lo que afirmaciones objetivas capaces de inducir a engaño al consumidor están expresamente prohibidas, bien sea porque son literalmente falsas, o bien porque a pesar de ser verdaderas, debido a la forma como son presentadas, distorsionan la realidad del producto ofrecido.

Además, con fundamento en tales normas, el artículo 30 de dicho cuerpo normativo establece la prohibición de la publicidad engañosa y la responsabilidad del anunciante por los daños que se generen como consecuencia del uso de tal publicidad, salvo que éste pueda alegar en su defensa, alguna de las causales de exoneración, las cuales se encuentran dispuestas en el artículo 32 del mismo estatuto.

⁶⁷ VILLALVA, J. “Introducción al derecho del Consumo”, Universidad Militar Nueva Granada, Pág. 171.

⁶⁸ Resolución SIC No. 43142 de 24 de julio de 2012.

⁶⁹ Superintendencia de Industria y Comercio. Folleto “Guía General de Protección al Consumidor”, Pág. 39.

⁷⁰ Ibídem.

⁷¹ VILLALVA, J. “Introducción al derecho del Consumo”, Universidad Militar Nueva Granada. Pág. 171.

⁷² Diccionario de la Real Academia Española RAE <http://lema.rae.es/drae/?val=verificable>

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Asimismo y siguiendo la misma línea, el artículo 33 de la mentada ley, dispone que los términos de las promociones y ofertas obligan a quien las realiza, situación que conduce a que las condiciones de tiempo, modo, lugar y cualquier otro requisito de las mismas deban ser informadas al consumidor en la publicidad que se pone a su disposición.

Ahora bien, los numerales 2.1.1 y 2.1.1.2 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, señalan que se considerará como información engañosa, la propaganda comercial que de cualquier manera, induzca o pueda inducir a error dado su carácter engañoso y pueda afectar el comportamiento económico de los usuarios; de igual manera, los referidos numerales aluden a los criterios a tener en cuenta para determinar que la información o la propaganda comercial resulta engañosa, entre otros casos, cuando se omite información necesaria para la adecuada comprensión de la misma.

En igual sentido, el numeral 2.1.2.1 de la referida circular, define que se entiende por propaganda comercial con inventivos, en el sentido de indicar que, es todo anuncio dirigido al público en general o a un sector específico de la población, en el cual se ofrece en forma temporal, la comercialización de productos o servicios en condiciones más favorables que las habituales, con el fin de inducir o hacer más atractiva la compra de un producto o servicio determinado. Asimismo, señala los criterios técnicos y jurídicos a tener en cuenta para la cabal aplicación de los requisitos de veracidad, suficiencia y no inducción a error exigidos por el legislador.

Por otro lado, es necesario mencionar que la Ley 1480 de 2011 o Estatuto del Consumidor, dispone un capítulo especial para la protección al consumidor de comercio electrónico, del que debe destacarse el artículo 50, toda vez que éste establece diversas obligaciones a los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos a través de medios electrónicos, entre otros, como el indicar el plazo de validez de la oferta y la disponibilidad del producto.

Justamente y con base en lo anterior, esta Dirección inició la presente investigación administrativa, teniendo en cuenta la denuncia presentada por la señora **MARÍA CAMILA GARCÍA** a través del radicado número 19-47248-0 del 24 de febrero de 2019, mediante la cual manifestó una presunta vulneración de los derechos que le asisten a los consumidores, toda vez que, argumentó, entre otras cosas, lo siguiente:

*“(...) Rappi me envía un correo diciéndome que tengo 18.000 Rappi créditos (equivalentes a 18.000 COP) para usar a partir de las 10:00 am y durante el 23 de Feb. Hago mi pedido y selecciono que, del valor total, me descuenten los 18.000 pesos en Rappi créditos. Tomo pantallazo de esto como constancia. Llega el domiciliario y me cobra el valor total, sin descontarme los 18mil (pero mis créditos ya aparecen en 0 en la app). Le explico la situación y nos comunicamos con la central de Rappi. Su respuesta es que ‘la promoción se vencía a la 1pm y yo solicité el domicilio a la 1:01pm’, y no me aplican el descuento. **En NINGUNA parte del correo que me mandan dice la fecha de vencimiento de la promoción, por lo cual considero es publicidad engañosa** (...)”.* (Negrilla y subrayado fuera de texto).

Aunado a lo anterior, también se tuvo en cuenta, el escrito de respuesta con sus anexos que allegó la investigada mediante el radicado número 19-47248-5 del 13 de junio de 2019, con el fin de atender el requerimiento de información que le formuló esta Autoridad a través de los oficios números 19-47248-3 y 19-47248-4 del 23 de mayo de 2019, en los que se le indicó lo siguiente:

*“(...) 1. Informar en qué consistió la promoción enviada vía correo electrónico el día 23 de febrero de 2019 por medio de la cual ofrece lo siguiente: ‘Acabas de recibir \$18.000 pesos en Rappi créditos’. (En adelante la promoción).
2. Señalar los términos, condiciones, restricciones y vigencia de la promoción.
3. Allegar la totalidad de piezas publicitarias por medio de las cuáles se ofreció la promoción, indicando los medios y la frecuencia con que se anunció.
4. Allegar constancia del representante legal de la sociedad en que certifique y relacione el valor de Rappi créditos asignados con los que se hayan redimido efectivamente con ocasión a la promoción.
5. Adjuntar copia de diez (10) facturas de venta emitidas con ocasión a la promoción.
6. Anexar la relación de peticiones, quejas y reclamos recibida con ocasión a la promoción, indicando fecha de radicación, quejoso, motivo y trámite dado a la misma (...)”.*

En ese orden y al analizar tanto las manifestaciones como los soportes allegados por la investigada, esta Dirección advirtió que, al parecer en los correos electrónicos que se enviaron masivamente a los consumidores, no se les indicó que la promoción “Acabas de recibir \$18.000 pesos en Rappi créditos”, aplicaba sólo para usuarios que hubieran recibido *Rappi Créditos* durante el mes de febrero y que se

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

usaran dentro de las dos horas siguientes al recibo de la comunicación, como lo indicó el sujeto pasivo en su escrito de respuesta.

Por ello, se le endilgó una presunta responsabilidad a la investigada, ya que el parecer, la información suministrada carecía de suficiencia, precisión y veracidad, toda vez que omitió información que era necesaria para la adecuada comprensión de la publicidad y pudo inducir en error a los consumidores. Aunado a ello, se indicó que no se había indicado el plazo de validez de la oferta “*acabas de recibir \$18.000 pesos en Rappi créditos*”.

Frente a lo anterior, la investigada en su escrito de descargos identificado con el radicado número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019, manifestó lo siguiente:

“(…) En la Resolución, la SIC afirma que Rappi vulneró lo dispuesto en el numeral 1.3 del artículo 3 y en los artículos 23, 29, 30, 33 y literal b) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor, en concordancia con los numerales 2.1.1, 2.1.1.2 y 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única.

Como sustento fáctico del caso, la SIC presenta la queja interpuesta por María Camila García, mediante radicación n° 19047248 (…)

A raíz de dicha queja, la SIC le solicitó a Rappi, mediante el oficio n° 19-047248-00003, que informara en qué consistió la actividad ‘Acabas de recibir \$18.000 pesos en Rappi Créditos’. A lo anterior, Rappi respondió lo siguiente, en el oficio n° 19-047248-00005-0000, que la actividad consistió en:

‘…el envío de distintos montos de dinero en forma de Rappi créditos, cargados a usuarios seleccionados de Rappi para que hiciera una compra en las dos horas siguientes a la carga de los mismos. Estos Rappi créditos pueden ser usados exclusivamente en la aplicación Rappi y bajo los términos y condiciones suscritos en <http://www.rappibusiness.com/promociones/rappicreditos-febrero>’.

En dichos términos y condiciones de la campaña de Rappi créditos se señala claramente lo siguiente:

‘La promoción de esta campaña aplica solo para usuarios que hayan recibido Rappi créditos durante el mes de febrero y los usen en las dos horas siguientes a las cuales reciben la respectiva comunicación’. (Subrayo).

Asimismo, la campaña se comunicó a través de SMS al celular del usuario. El texto del SMS que se utilizó fue el siguiente:

‘RAPPI [NOMBRE], acabamos de cargar \$[MONTO EN DINERO] a tu cuenta para que los gastes en lo que más te gusta en las próximas dos (2) horas ¡pide ahora! Aplican T&C’ (Subrayo).

(…) como puede evidenciarse en los términos y condiciones de la campaña de Rappi créditos y en el texto del SMS que se les envía a los Usuarios, la Compañía brinda toda la información necesaria para la utilización de dicho beneficio, incluida su vigencia.

Por otro lado, el numeral 1.3 del artículo 3, el artículo 23 y el literal b) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor, que la SIC señala como vulnerados por parte de Rappi, no son aplicables al presente caso pues éstos se refieren a la información que deben suministrar los ‘proveedores y productores’ sobre los ‘productos’ que ‘ofrezcan o pongan en circulación’.

(…)

Pues bien, de acuerdo con el numeral 8 del artículo 5 del Estatuto del Consumidor, ‘producto’ es ‘todo bien o servicio’. En este caso, los Rappi créditos no pueden considerarse como un producto, pues se trata de un beneficio que otorga Rappi a algunos Usuarios para motivar la utilización de la plataforma, para contratar a través de éste a Aliados Comerciales y/o Rappitenderos.

Asimismo, Rappi no puede considerarse como un productor o proveedor. De acuerdo con los numerales 9 y 11 del artículo 5 del Estatuto del Consumidor ‘productor’ es ‘quien de manera habitual directa o indirectamente, diseñe, produzca, fabrique ensamble o importe productos. También se reputa productor, quien diseñe, produzca, fabrique, ensamble o importe productos sujetos a reglamento técnico o medida sanitaria o fitosanitaria’ y ‘proveedor o expendedor’ es ‘quien de manera habitual, directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos con o sin ánimo de lucro’.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

En vista de que Rappi no diseña, produce, fabrica, ensambla o importa ningún producto, ni lo ofrece, suministra, distribuye o comercializa, no puede considerarse productor o proveedor, de conformidad con lo dispuesto en el Estatuto del Consumidor.

Como ya se mencionó anteriormente, el objeto de Rappi es poner en contacto a los Usuarios con los Aliados Comerciales y los Rappitenderos para la ejecución de un encargo. Los bienes y servicios de los Aliados Comerciales aparecen en la plataforma únicamente a título informativo, exhibidos, para que los Usuarios puedan encargar los mismos.

Rappi tampoco vulneró las disposiciones contenidas en los artículos 29, 30 y 33, pues, en primer lugar, los Rappi créditos no pueden considerarse como publicidad, al tratarse de beneficios para la utilización de la plataforma, mediante la generación de encargos a los Rappitenderos.

Por otro lado, en caso de que los Rappi Créditos pudieran llegar a considerarse como publicidad, esta no fue engañosa y la información de las condiciones de su utilización fue completa, veraz y objetiva.

En efecto, los Usuarios pueden encontrar en los términos y condiciones de la campaña toda la información necesaria para su utilización y en los SMS que manda la Compañía se explica claramente su vigencia (...).”

Asimismo, en su escrito de alegatos de conclusión, ésta reiteró los anteriores argumentos y, adicionalmente manifestó:

“(...) Dichas normas se refieren básicamente a (i) el derecho que tiene el consumidor a obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que se le ofrezcan; (ii) la vinculatoriedad de la publicidad que se haga de los productos; y (iii) la obligación de informar sobre restricciones, limitaciones, excepciones y condiciones adicionales para la adquisición del producto.

(...)

Pues bien, con respecto al sustento jurídico del cargo, sea lo primero señalar que la mayoría de estas normas están dirigidas a los proveedores y productores de los bienes y servicios que adquiere el consumidor por lo que, como se ha señalado anteriormente, éstas no serían aplicables a Rappi por no ostentar ninguna de esas calidades.

Adicionalmente, dichas normas tampoco son aplicables en este caso, pues los RappiCréditos, objeto de la supuesta publicidad engañosa, no son un producto al no tratarse de un bien o servicio.

Por el contrario, los RappiCréditos son un beneficio que otorga Rappi a algunos usuarios, como puntos de fidelidad, para motivar la utilización de su plataforma, pues éstos pueden redimirse en la adquisición de los productos exhibidos en ésta por los Aliados Comerciales o en el servicio de mandato que ofrece el Rappitendero.

Así lo explicó bajo juramento el Representante Legal de la Compañía en la diligencia llevada a cabo el 9 de enero de 2020:

‘El sistema de RappiCréditos es un sistema de unos puntos, por decirlo de alguna manera, por temas de fidelidad que puede usar también el (...) consumidor para redimirlos y hacer compras de los productos que comercializan los Aliados Comerciales’.

Ahora bien, en caso de que pudiera llegar a considerarse equivocadamente que a los RappiCréditos sí les son aplicables las normas relativas a la publicidad de productos, lo cierto es que la oferta de éstos realizada por Rappi en el caso que nos ocupa no fue engañosa y la información de sus condiciones de utilización fue completa, veraz y objetiva.

(...)

En consecuencia, este cargo debe ser desestimado, al no contar con ningún supuesto fáctico o jurídico válido.(...)

Frente a la imputación de publicidad engañosa por parte de Rappi en la utilización de RappiCréditos, ésta debe desestimarse pues la Compañía brindó información completa, veraz y objetiva a la usuaria. En efecto, como se demostró en el proceso, los términos y condiciones de los RappiCréditos y el mensaje enviado a la usuaria señalaban claramente que éstos podrían utilizarse únicamente en el transcurso de dos horas (...).”

Al respecto, debe partir por indicarse que tal y como se expuso previamente en el acápite de consideraciones previas, la investigada es un proveedor habitual de bienes y/o servicios que ofrece y comercializa a través de su portal de comercio electrónico los mismos con un ánimo de lucro y, por ende, se encuentra sujeta a cumplir las normas objeto de estudio. En ese orden, los argumentos

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

expuestos en los escritos de defensa encaminados a indicar que ésta no se encuentra obligada a cumplir la normativa endilgada no son objeto de recibo por parte de este Despacho.

Por otra parte y en lo que corresponde a los “*RappiCréditos*”, debe reiterarse que, de acuerdo con el estudio previamente realizado en el acápite de consideraciones preliminares en donde se estudiaron los métodos de pago de la investigada, se advirtió que éstos eran una forma de pago propia de la investigada y aunque el representante legal suplente en su declaración de parte realizada el 9 de enero de 2020 y cuyo soporte obra en el consecutivo número 18-256766-61, indicó que el mismo correspondía a un sistema de puntos, lo cierto era que el mismo tenía una equivalencia en dinero, por lo que a través de ellos, se podían adquirir bienes y/o servicios, es decir, que los mismos servían para celebrar transacciones de compraventa en su plataforma.

En ese sentido, ésta ofrece dicho método de pago a los consumidores en su plataforma de comercio electrónico, así como realiza respecto del mismo, publicidad dirigida a los consumidores con el objetivo de que éstos tomen una decisión de consumo de pagar mediante los “*RappiCréditos*” los bienes y/o servicios que se encuentran bien en la página web o en el aplicativo móvil.

Lo anterior, encuentra sustento en la respuesta presentada por el representante legal mediante el consecutivo número 19-47248-5 del 13 de junio de 2019, en la que indicó frente a la orden contenida en los requerimientos de información números 19-47248-3 y 19-47248-4 del 23 de mayo de 2019, “*Allegar la totalidad de piezas publicitarias por medio de las cuáles se ofreció la promoción, indicando los medios y la frecuencia con que se anunció*”, lo siguiente:

“la campaña se comunicó a través de SMS al celular que el usuario tenía registrado en la aplicación, el mensaje que se utilizó fue el siguiente:

‘RAPPI [NOMBRE], acabamos de cargar \$[MONTO EN DINERO] a tu cuenta para que los gastes en lo que más te gusta en las próximas dos (2) horas! Pide Ahora! Aplican T&C’.

Donde NOMBRE corresponde al nombre que el usuario tiene registrado en la plataforma virtual Rappi y MONTO EN DINERO al monto total en Rappi créditos cargados al usuario para su redención.

Así mismo, la campaña también fue comunicada a través de correo electrónico a la dirección de correo que el usuario tenía registrada en la plataforma virtual Rappi, a continuación el correo que se utilizó (Donde el valor y la vigencia de los Rappi créditos dependía del momento del día en que el usuario recibía el los RappiCréditos):

Imagen N° 63 (Escrito de respuesta presentado por la investigada mediante el radicado N° 19-47248-5 del 13 de junio de 2019)

The image shows an email from Rappi with the following content:

Acabas de recibir: \$19000 COP en Rappicréditos

El Rappicrédito lo puedes usar para pagar tus compras en Rappi. No pierdas tiempo y pide tu café ☕ la mañana, tu mercado, el antojo de medio noche, y todo lo que se te ocurra. Tienes a partir 🕒 2018-02-28 18:30:12 para usar tus rappicréditos. Sólo ingresa a Rappi y realiza tu pedido.

¿Cómo usar tus Rappicréditos?
¿Cómo usar tus RappiCréditos?

1 Realiza tu pedido normalmente
2 selecciona tu modo de pago preferido
3 por último, elige “Usar tus RappiCréditos” ¡Y listo!

Annotations and arrows point from the text on the right to these elements in the email screenshot:

- “Rappi <rappi.nreply@rappi.com> Mie 28/02/2019 6:07 pm”
- “Acabas de recibir: \$19000 COP en Rappicréditos”
- “El rappicrédito lo puedes usar para pagar tus compras en Rappi. No pierdas tiempo y pide tu café de la mañana, tu mercado, el antojo de medio noche y todo lo que se te ocurra. Tienes a partir del 2018-02-28 18:30:12 para usar tus rappi créditos. Sólo ingresa a Rappi y realiza tu pedido.”
- “¿Cómo usar tus Rappicréditos?”
- “¿Cómo usar tus Rappicréditos?”
- “1 Realiza tu pedido normalmente
2 selecciona tu modo de pago preferido
3 por último, elige “usar tus RappiCréditos” ¡Y listo!”

(...).”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

De lo anterior, se observa que la propia investigada al dar contestación a los requerimientos de información anteriores, señaló que comunicaba sus campañas alusivas a los “*RappiCréditos*”, bien a través de mensajes de texto o a través de correos electrónicos. En ese orden y contrario a lo afirmado por ésta en sus escritos de defensa, es claro que en este caso, ésta si realizó publicidad, entendida como una forma de comunicar o divulgar un contenido para direccionar la atención de los consumidores a través del empleo de canales virtuales, con el fin de incentivarlos a que adquirieran los bienes y/o servicios ofrecidos en su plataforma.

Así las cosas y clarificado lo anterior, si bien los “*RappiCréditos*” *per se* no son publicidad como lo indicó la investigada en sus escritos de defensa, ésta si realiza piezas publicitarias respecto de dicho método de pago, por lo que es válido el estudio de las mismas, de cara a las normas objeto de estudio.

Asimismo y en lo que corresponde al argumento referente a que los “*RappiCréditos*” no son un producto porque no son bienes o servicios, este Despacho debe reiterarle, que en el acápite de consideraciones previas en donde se estudiaron los métodos de pago de la investigada, se pudo establecer que ésta era una forma de pago propia y que aunque se indicaba que era un sistema de puntos, lo cierto era que éstos tenían una equivalencia en dinero y los consumidores a través de los mismos podían adquirir bienes y/o servicios en dicha plataforma, tal y como se advierte de la misma imagen que allegó la investigada durante el curso de la averiguación preliminar y que fue antes expuesta.

De tal manera, resulta importante precisarle a la investigada de cara a sus argumentos defensivos, que la presente imputación no versa respecto de los “*RappiCréditos*” en sí, sino de la publicidad que ésta emitió con ocasión de la promoción “*acabas de recibir \$18.000 pesos en Rappi créditos*”, por lo que las consideraciones alusivas a que dicha forma de pago no es publicidad, un bien o un servicio no son de recibo por este Despacho.

De esta forma y clarificado lo anterior, este Despacho considera relevante indicar que la publicidad puede contener partes llamativas para captar la atención de los potenciales consumidores, bien sea por la disposición de las imágenes, el contenido de la información, color o tamaño de letra empleados, que ocasionan que éstos dirijan su atención de forma instantánea a aspectos relevantes o de impacto que generan una recordación⁷³.

Sobre el particular, cabe señalar que la publicidad puede tener implícita información que va dirigida a un público determinado (los potenciales consumidores), con un fin específico diseñado y previsto por su anunciante y, en consecuencia, en ella pueden confluir **elementos objetivos** que deben cumplir con los parámetros constitutivos de una información clara, suficiente, oportuna, precisa y ante todo verificable, ya que su inobservancia la ubicaría en la esfera de la publicidad engañosa.

Asimismo, pueden confluir **elementos subjetivos**, contenidos en el mensaje publicitario, los cuales si bien deben cumplir con los parámetros de contener información cierta, clara, veraz, suficiente, oportuna y precisa, no requiere ser verificable.

En este orden, resulta relevante señalar que algunos de los parámetros que se han adoptado en la práctica para determinar cuándo una afirmación es subjetiva o cuándo es objetiva y, por lo tanto factible de ser comprobada son:

- a) Las afirmaciones que se refieren a características, cualidades o atributos del producto que cumplen una función informativa tendiente a proporcionar al consumidor argumentos que lo guíen en su decisión de compra, son calificadas como **objetivas**, toda vez que son factibles de ser comprobadas y pueden generar engaño en el consumidor.
- b) Slogans o juicios estimativos que se limitan a expresar la opinión del anunciante, son considerados como afirmaciones **subjetivas** no comprobables, debido a que no se refieren a ningún hecho.
- c) El contexto de todo el anuncio es relevante en la determinación de cuándo una afirmación es objetiva o cuando es subjetiva.

⁷³ Cfr. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor. Resolución N° 9149 de 20 de febrero de 2014.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

- d) La percepción del consumidor es esencial en la calificación, pues si éste entiende que una afirmación es comprobable y no simplemente la opinión del anunciante, la calificación resultante será que se trata de afirmaciones objetivas, sujetas a ser verificadas⁷⁴.

De esta manera y visto lo anterior, resulta oportuno traer a colación la publicidad alusiva a la promoción “Acabas de recibir \$18.000 pesos en Rappi créditos”, que envió la investigada a través de correo electrónico a los consumidores, así:

Imagen N° 64 (Correo electrónico allegado como soporte dentro de la denuncia identificada con el radicado N° 19-47248-0 del 24 de febrero de 2019)

⁷⁴ JAECKEL KOVACS, Jorge. Publicidad engañosa y publicidad comparativa. En: Revista Foro del Jurista. Derecho de los mercados. Citado por: SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor. Resolución N° 9149 de 20 de febrero de 2014.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”



De: Rappi <rappi.nreply@rappi.com>
Asunto: +Rappi Credits!
Fecha: 23 de febrero de 2019, 10:07 a.m.
Para:

“De: Rappi
<rappi.nreply@rappi.com>
Asunto: +Rappi Credits! :)
Fecha: 23 de febrero de 2019 10:07 a.m.
Para: (...)”.

Acabas de recibir:
\$18000 COP
en Rappicréditos

“Acabas de recibir:
\$18000 COP
En RappiCréditos”

RCTV2 - FIXED

El Rappicrédito lo puedes usar para pagar tus compras en Rappi. Tienes a partir del 2019-02-23 10:01:22 para usar tus rappicréditos. Solo ingresa a Rappi y realiza tu pedido.

“El RappiCréditos lo puedes usar para pagar tus compras en Rappi. Tienes a partir del 2019-02-23 10:01:22 para usar tus RappiCréditos. Solo ingresa a Rappi y realiza tu pedido”.

¿Cómo usar tus Rappicréditos?
¿Cómo usar tus RappiCréditos?

“¿Cómo usar tus RappiCréditos?
¿Cómo usar tus RappiCréditos?”

1 Realiza tu pedido normalmente
2 Selecciona tu modo de pago preferido
3 Por último, elige “Usar tus RappiCréditos” ¡Y listo!

“1. Realiza tu pedido normalmente
2. Selecciona tu modo de pago preferido
3. Por último, elige ‘usar tus RappiCréditos’ ¡Y listo!”

De la imagen anteriormente relacionada, se puede advertir que, en la misma se anunciaron los siguientes elementos para llamar la atención de los consumidores:

- **Acabas de recibir \$18000 COP en RappiCréditos.**
- **El Rappicrédito lo puedes usar para pagar tus compras en Rappi.**
- **Tienes a partir del 2019-02-23 10:01:22 para usar tus RappiCréditos.**
- **Sólo ingresa a Rappi realiza tu pedido.**
- **Realiza tu pedido normalmente, selecciona tu modo de pago preferido, por último elige usar tus RappiCréditos y listo.**

Así y teniendo en cuenta los parámetros antes expuestos, se puede evidenciar que dichas frases informativas corresponden a elementos objetivos de la pieza publicitaria, toda vez que se refieren a características del medio de pago *RappiCréditos*, tendientes a proporcionarle al consumidor argumentos que lo guíen en su decisión de usar dicha forma de pago para adquirir bienes y/o servicios en la plataforma de *Rappi*.

Frente a dicha publicidad, esta Autoridad requirió a la aquí investigada mediante los oficios números 19-47248-3 y 19-47248-4 del 23 de mayo de 2019, en donde se le solicitó, entre otras cosas, lo siguiente:

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

- (...) 1. Informar en qué consistió la promoción enviada vía correo electrónico el día 23 de febrero de 2019 por medio de la cual ofrece lo siguiente: ‘Acabas de recibir \$18.000 pesos en Rappi créditos’. (En adelante la promoción).
2. Señalar los términos, condiciones, restricciones y vigencia de la promoción (...).”

En ese orden, ésta presentó un escrito mediante el consecutivo número 19-47248-5 del 13 de junio de 2019, con el fin de atender dichos requerimientos de información e indicó frente a la publicidad de la promoción “Acabas de recibir \$18.000 pesos en Rappi créditos”, antes expuesta lo siguiente:

“1. Informar en qué consistió la promoción enviada vía correo electrónico el día 23 de febrero de 2019 por medio de la cual ofrece lo siguiente ‘Acabas de recibir \$18.000 pesos en Rappi créditos’. (En adelante la promoción)”.

La promoción consistió en el envío de distintos montos de dinero en forma de Rappi créditos, cargados a **usuarios seleccionados de Rappi para que hicieran una compra en las dos horas siguientes a la carga de los mismos**. Estos Rappi créditos pueden ser usados exclusivamente en la aplicación Rappi y bajo los términos y condiciones suscritos en <http://www.rappibusiness.com/promociones/rappicreditos-febrero>

2. Señalar los términos, condiciones, restricciones y vigencia de la promoción

Disponibles en: <http://www.rappibusiness.com/promociones/rappicreditos-febrero>

Título: RappiCréditos febrero

Cuerpo:

La promoción de esta campaña aplica solo para usuarios que hayan recibido Rappi créditos durante el mes de febrero y los usen en las dos horas siguientes a las cuales reciben la respectiva comunicación.

Solo aplica para usuarios que recibieron la comunicación por medio de Correo Electrónico (Email) o mensaje de texto (SMS).

La promoción consiste en el monto informado en el SMS en Rappi créditos los cuales serán válidos en cualquier vertical de Rappi. Excluyendo Viajes, Diligencias, RappiCash, Heets, Donaciones.

Descuento total del valor informado en el SMS.

Rappi créditos válidos con cualquier medio de pago (Efectivo-TC registrada en la app).

Válido en zonas de cobertura

Válido desde el momento que se recibe el SMS hasta dos horas posteriores.

Aplica únicamente para 6 unidades en productos de Licores en cualquiera de las secciones de Carulla, Éxito, Licores.

Las órdenes están sujetas a disponibilidad de los artículos en los establecimientos de comercio aliados.

Promoción válida hasta la hora y fecha estipuladas.

Promoción válida para usuarios en zona de cobertura de Rappi en Colombia.

El usuario reconoce y acepta que la información proporcionada y registrada en la plataforma virtual Rappi, es veraz y fidedigna, haciéndose completamente responsable por su falsedad. Rappi se reserva el derecho de cancelar cualquier transacción que por sus características incumpla las condiciones establecidas para acceder a esta promoción.

Los expendedores (Rappitenderos) prestan el servicio a domicilio de licores a residencias privadas amparados por el Decreto 263 de 2011.

Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad, Ley 124 de 1994.

El exceso de alcohol es perjudicial para la salud, Ley 30 de 1986.

No acumulable con otras promociones ni cupones.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Promoción válida para usuarios en zona de cobertura de Rappi en Colombia. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

De esta forma y visto lo anterior, la misma corresponde a una promoción, toda vez que dicho anuncio ofreció de manera temporal y en condiciones más favorables los \$18000 COP en *RappiCréditos* para que los consumidores pudieran hacer uso a través de dicho medio de divulgación la redención de ese valor para adquirir bienes y/o servicios en la plataforma de *Rappi*.

Asimismo, se observa que dicha pieza publicitaria identificó el servicio promovido y señaló la cantidad en pesos colombianos que podía usar el usuario para adquirir los bienes y/o servicios.

Igualmente, se indicaron los requisitos para hacer uso de los mismos, esto es, que se tenía a partir del 2019-02-23 10:01:22 para usar los *RappiCréditos* y que se debía ingresar a la plataforma, realizar el pedido, seleccionar dicho método de pago y se ejecutaba la transacción.

Ahora, si bien se indicó la fecha en que iniciaba la oferta, también lo es, que no se advirtió la fecha de finalización del mismo o alguna restricción o condición alusiva a la misma.

Ahora, si bien es cierto que la investigada al contestar los requerimientos de información contenidos en los oficios números 19-47248-3 y 19-47248-4 del 23 de mayo de 2019, señaló que “*La promoción de esta campaña aplica solo para usuarios que hayan recibido Rappi créditos durante el mes de febrero y los usen en las dos horas siguientes a las cuales reciben la respectiva comunicación*”, así como expuso los términos y condiciones para acceder a la oferta, no se advierte de la misma, tales circunstancias, razón por la cual no pueden ser acogidos los argumentos de defensa expuestos, respecto de que en la pieza publicitaria enviada a través de correo electrónico, se indicó que dicha promoción podía usarse en el transcurso de dos horas.

Del mismo modo y en lo que corresponde a que los usuarios podían encontrar en los términos y condiciones, la información necesaria para la utilización de los \$18000 COP *RappiCréditos*, esta Autoridad debe indicar que dicha afirmación no es cierta, ya que en la pieza publicitaria expuesta, no se advierte lo que indicó y allegó el representante legal de la investigada en su momento.

De la misma manera y respecto de que en los mensajes de texto SMS que se enviaron a los consumidores se explicaba claramente la vigencia de la oferta, este Despacho debe indicar que, el representante legal al momento de dar contestación a los oficios antes mencionados, hizo referencia a dicha forma de comunicación y expuso el texto de dichos mensajes, así:

“la campaña se comunicó a través de SMS al celular que el usuario tenía registrado en la aplicación, el mensaje que se utilizó fue el siguiente:

‘RAPPI [NOMBRE], acabamos de cargar \$[MONTO EN DINERO] a tu cuenta para que los gastes en lo que más te gusta en las próximas dos (2) horas! Pide Ahora! Aplican T&C’.

Donde NOMBRE corresponde al nombre que el usuario tiene registrado en la plataforma virtual Rappi y MONTO EN DINERO al monto total en Rappi créditos cargados al usuario para su redención”.

Sin embargo, cabe resaltar que en el plenario no obra prueba de los mismos y aun en gracia de discusión, cabe advertir que la presente imputación versa es respecto de la pieza publicitaria antes expuesta y no respecto de los mensajes de texto a los que aludió en su defensa.

Aunado a ello, resulta importante señalar que, no puede decirse que por el hecho de incluir la información de las condiciones esenciales en los mensajes SMS para acceder a la promoción, se entienda satisfecha la obligación de suministrar la información en los términos que establece el Estatuto del Consumidor, pues de aceptarse tal argumento, se desconocería e iría en contra del artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, que dispone que todas las condiciones para acceder a la oferta deben estar contenidas en la publicidad.

En ese orden de cosas, este Despacho advierte la falta de **suficiencia** de la información contenida en la pieza publicitaria objeto de reproche, puesto que no se suministró de forma inequívoca y completa, la información referente a los términos y condiciones para entender la trascendencia del anuncio, por lo que no se le permite al consumidor conocer el contenido y alcance de la publicidad, máxime cuando en este caso, se está frente a un incentivo económico de carácter temporal para la adquisición de los bienes y/o servicios que se comercializan en la plataforma *Rappi* en condiciones más favorables a las

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

habituales y en la que era fundamental, especificar todos aquellos elementos que permitieran o limitaran el uso de dicho valor del método de pago, con el fin de que los usuarios tuvieran los elementos de juicios suficientes para tomar una decisión razonable de consumo.

Aunado a ello, la información suministrada no fue **precisa**, toda vez que en dicho anuncio no se estableció con exactitud la fecha de terminación de la promoción y cuáles eran y en qué consistían los términos y condiciones para poder hacer uso de esos \$18000 COP en *RappiCréditos* publicitado por la investigada, siendo que éstos eran determinantes para tomar una decisión razonable de consumo.

Así, la información suministrada en la publicidad no se ajustó a la realidad y por ende carece de **veracidad**, porque no existe correspondencia entre los atributos que se ofrecen respecto de dicho incentivo y los que efectivamente se otorgan al consumidor, ya que el uso de esos \$18000 COP en *RappiCréditos*, estaba supeditado a una vigencia específica (dos horas siguientes al recibo de la comunicación) y a unas condiciones y restricciones para emplear ese método de pago, como por ejemplo, que solo aplicaba para aquellos que hubieran recibido dicha comunicación, que era válido con cualquier medio de pago, que era válido para usuarios en zona de cobertura de la plataforma, que aplicaba solo para 6 unidades cuando se tratara de licores y que no era acumulable con otras promociones y cupones. En ese sentido, los consumidores al ver dicha publicidad no tuvieron certeza de la información, toda vez que, lo anteriormente expuesto no fue indicado en dicha pieza publicitaria.

Así las cosas, se debe aclarar que la investigada debe ser cuidadosa del contenido que incluye en sus anuncios, por lo que, debe procurar que todo su contenido sea fácilmente perceptible para el destinatario de los mismos, pues no se le puede imponer la obligación al consumidor de averiguar por su cuenta cuáles son los términos y condiciones de la promoción, ya que es una carga que tiene ésta de hacer todo lo posible para que las condiciones esenciales de lo que se ofrece sean advertidas por los destinatarios de su publicidad⁷⁵.

Teniendo en cuenta lo anterior, debe indicarse entonces que la publicidad objeto de estudio, se tornó en engañosa, como quiera que en este caso se evidencia que el mensaje transmitido a través de dicho anuncio carece de veracidad, induciendo o pudiendo inducir en error a los consumidores.

Lo anterior, cobra sustento si se tiene en cuenta que para el estudio de la publicidad se debe partir de la captación lógica que deba hacerse del mensaje transmitido, esto es, la comprensión que del mismo tenga un consumidor medio o racional⁷⁶. De otro lado, conviene resaltar que toda información que se suministra a los consumidores, debe hacerse dentro de los parámetros del artículo 23 de la Ley 1480 de 2011. Por lo tanto está prohibida la publicidad cuyo mensaje carezca de veracidad, como en este caso, en que no se estableció ni la vigencia de la misma ni se determinaron los términos y condiciones para acceder o no a los incentivos ofrecidos en el mercado.

En ese orden de ideas, en el presente caso se evidencia que en virtud de las normas objeto de estudio, es obligación del proveedor suministrar a los consumidores la información respecto de una promoción en los términos que señala el Estatuto del Consumidor, por lo que se puede concluir del anuncio “*Acabas de recibir \$18.000 pesos en Rappi créditos*”, que éste no se dio en los términos que establece la Ley 1480 de 2011, ya que el mismo resultó carente de **precisión, suficiencia y veracidad** respecto de la vigencia de la promoción y de los términos y condiciones, por lo que se constituye una violación al derecho que les asiste a los consumidores a recibir información en los términos que establece el Estatuto del Consumidor y por esta razón, trasgredió lo dispuesto en **el numeral 1.3 del artículo 3** y lo establecido en **el artículo 23 del Estatuto del Consumidor**.

Como consecuencia de lo expuesto, se determina que al no cumplirse con las condiciones objetivas anunciadas en la publicidad, la misma se tornó en engañosa, por lo que se indujo o pudo inducir en error a los consumidores, toda vez que no se suministró la información necesaria respecto de la fecha de finalización de la promoción así como tampoco lo correspondiente a los términos y condiciones para acceder al incentivo de manera veraz y adecuada para la comprensión de la pieza publicitaria objeto de análisis, razón por la cual se constituye un incumplimiento de lo establecido en los **artículos 29 y 30 del Estatuto del Consumidor, en concordancia con el numeral 2.1.1, el literal a) del numeral**

⁷⁵ Ibíd. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Delegatura para la Protección del Consumidor. Resolución N° 316 de 08 de enero de 2016 “por la cual se resuelve un recurso de apelación”.

⁷⁶ SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Delegatura para la Protección del Consumidor. Resolución N°. 21882 de 25 de abril de 2013. El consumidor medio o racional, entendido como aquél que, “*interpreta la publicidad en forma natural en la que le es transmitida sin darle a las palabras e imágenes un alcance distinto del que naturalmente tienen e interpretándolas en una forma superficial, sin realizar un análisis profundo o detallado, tal como lo haría una persona que no tiene un conocimiento especializado del producto o servicio anunciado. Así como ha sido explicado por la Federal Trade Commission de los Estados Unidos de América, los anuncios deberán ser juzgados atendiendo a su contenido y al significado que el consumidor les atribuiría, al sentido común y usual de las palabras, frases y oraciones y lo que éstas sugieren o afirman sin tener que recurrir a interpretaciones alambicadas, complejas o forzadas prefiriéndose de varias interpretaciones posibles, aquella que surge más naturalmente a los ojos del consumidor*”,

2.1.1.2 y los numerales ii y iii del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

En ese orden y analizado lo anterior, se reitera que la investigada vulneró las normas referentes al derecho que les asiste a los consumidores a recibir información en los términos que establece el Estatuto del Consumidor, es decir, el numeral 1.3 del artículo 3 y el artículo 23 del Estatuto del Consumidor; así como se incumplieron los artículos 29 y 30 del referido estatuto, toda vez que no se dio cumplimiento a las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad y que obligaban a la investigada, por lo que en éste caso se presentó una publicidad engañosa, que como previamente se indicó, indujo o pudo inducir en error a los consumidores, por cuanto no se suministró la información necesaria respecto de la fecha de finalización de la promoción así como tampoco lo correspondiente a los términos y condiciones para acceder al incentivo de manera veraz y adecuada para la comprensión de la pieza publicitaria previamente estudiada, aspectos estos comprendidos en lo que determina el numeral 2.1.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia respecto de la información engañosa.

De igual manera, se vulneró el literal a) del numeral 2.1.1.2 de la mentada circular que indica que la publicidad es engañosa cuando se omite información necesaria para la adecuada comprensión de la propaganda comercial y los numerales ii y iii del literal a) del numeral 2.1.2.1 de dicha circular, que determinan que la información mínima que debe suministrarse en una propaganda comercial con incentivos, corresponde, entre otras cosas, a los requisitos y condiciones para su entrega, el plazo o vigencia del incentivo, indicando la fecha exacta de iniciación y terminación de la misma.

Aunado a lo anterior y si bien en dicha pieza publicitaria se indicó la fecha de inicio de la promoción, el proveedor al utilizar medios electrónicos, incumplió con la obligación legal de indicar el plazo de validez de la misma, razón por la que en este caso, se advierte que vulneró lo dispuesto en el **inciso segundo del literal b) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor.**

Igualmente, en este caso se infringió el **artículo 33 de la Ley 1480 de 2011**, toda vez que no se informaron las condiciones de tiempo, ni los términos y condiciones para acceder a las promociones y ofertas anunciadas al consumidor en dicha publicidad.

De esta forma y expuesto lo anterior, este Despacho no puede acoger los argumentos de defensa de la investigada, respecto de que la publicidad en este caso no era engañosa y que se informaron las condiciones de forma completa, ya que como se advirtió previamente, ésta frente a la promoción "*Acabas de recibir \$18.000 pesos en Rappi créditos*", no suministró la información correspondiente a la misma en los términos que establece la Ley 1480 de 2011 y la Circular Única de esta Superintendencia y por ello, la misma si se tornó en engañosa, pudiendo inducir en error a los consumidores. Así las cosas y contrario a lo afirmado por ésta, el presente cargo no puede ser desestimado, ya que del análisis antes realizado se advierte que ésta transgredió la normativa que le fue endilgada.

En consecuencia y teniendo en cuenta el estudio realizado de los elementos probatorios, de cara a la situación fáctica y jurídica expuesta, este Despacho concluye que la imputación fáctica N° 1 está llamada a prosperar y será objeto de las sanciones administrativas a que haya lugar, en virtud de lo que establece el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011.

42.4. Frente a la presunta vulneración de los artículos 23, 24, 26 y los literales b) y c) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con los numerales 2.3 y 2.3.2 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio –Imputación fáctica N° 2-:

En este cargo, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor imputó presunta responsabilidad a la investigada, por considerar que con su conducta podría configurarse una vulneración a lo dispuesto en los artículos 23, 24, 26 y el literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con los numerales 2.3 y 2.3.2 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio.

De esta manera, esta Dirección procederá al análisis de los dos sub cargos que conforman la presente imputación fáctica, frente a la conducta de la investigada, los argumentos expuestos y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normativa.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Así las cosas, esta Dirección considera necesario señalar que, la Constitución Política en el artículo 78, prevé que “[l]a 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”, de tal suerte que el artículo 5 de la Ley 1480 de 2011 definió la información como “[t]odo contenido y forma de dar a conocer la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, **los precios**, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad, y toda otra característica o referencia relevante respecto de los productos que se ofrezcan o pongan en circulación, así como los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización” (resaltado fuera de texto original).

De igual manera, el artículo 1° de la Ley 1480 de 2011 garantiza como principio fundamental el acceso de los consumidores a una información apropiada, para que así cuenten con elementos de juicio suficientes que les permitan elegir fundadamente entre la diversidad de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.

Asimismo, la información mínima que debe entregarse al consumidor, debe atender a las reglas jurídicas del artículo 23 de la Ley 1480 de 2011 o Estatuto del Consumidor, esto es, que la misma debe ser clara, veraz, suficiente, comprensible, precisa e idónea, tal y como se desarrolló en la imputación fáctica anterior respecto de esta norma.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, se tiene que el artículo 24 de la Ley 1480 de 2011, señala cual debe ser la información mínima que debe suministrarse a los consumidores, tanto por parte del productor como del proveedor, entre ellas el precio del producto comercializado.

Aunado a lo anterior, el artículo 26 de la Ley 1480 de 2011 establece para los proveedores la obligación de informar a los consumidores el precio final de venta al público de los productos que ofrecen, incluidos todos los impuestos y costos adicionales, teniendo en cuenta los elementos que lo conforman y la forma en la que debe informarse.

A su turno, los numerales 2.3 y 2.3.2 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, señalan frente a la información pública de precios, que el mismo debe ser informado visualmente y el consumidor sólo estará obligado a pagar el valor anunciado; así como determina frente a la disponibilidad de vueltas correctas, que en la fijación del precio al público se deberán utilizar denominaciones en moneda de curso legal; así y para garantizar que el consumidor no pague más del precio anunciado, será responsabilidad del establecimiento disponer de las denominaciones necesarias para suministrarle a éste el cambio correcto y en ningún caso, el cambio podrá ser inferior al que arroje la cuenta, por lo que en caso de que no se disponga de las denominaciones necesarias para suministrar el cambio debido, el dinero que le deberá ser reintegrado a éste, deberá corresponder a la cifra superior más cercana a la que tenga disponibilidad el comerciante y en ningún caso inferior a lo que se debía devolver.

En ese orden y en consonancia con lo anterior, esta Dirección inició la presente investigación administrativa, teniendo en cuenta lo siguiente:

42.4.1. En primera medida, esta Autoridad analizó la denuncia y los soportes que presentó la señora **CAROLINA HERRERA SMALL**, a través del radicado número 18-247095-0 del 28 de septiembre de 2018, mediante la cual manifestó una presunta vulneración de los derechos que le asisten a los consumidores.

Así y al revisar los soportes que se acompañaron con la referida denuncia, esta Dirección evidenció que al parecer, la investigada no informó que el precio del producto “*Camarón Jumbo*”, correspondía a una promoción, que la misma había finalizado y que se no había indicado el plazo de validez de la oferta. En ese sentido, se señaló que presuntamente ésta había vulnerado los artículos 23, 24, 26 y el literal b) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, así como el numeral 2.3 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Entidad.

Aunado a lo anterior, se señaló igualmente que la investigada informó un precio de \$60.296 por cuatro (4) kilogramos del producto “*Camarón Jumbo*”, pero que presuntamente había vulnerado el numeral 2.2 del artículo 24 de la ley en cita, toda vez que su personal se negó a sostener el precio anunciado y cobró un valor diferente. En ese sentido, la información brindada no fue veraz, ni coincidente con la realidad, por lo que posiblemente, se transgredía el artículo 23 del Estatuto del Consumidor.

Del mismo modo, esta Dirección indicó que la investigada había anunciado visualmente un precio a través de su aplicativo móvil “*RAPPI*” respecto del producto “*Camarón Jumbo*”, pero que había instado

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

a la consumidora a pagar un precio mayor al anunciado, por la misma cantidad de producto, esto es, cuatro (4) kilogramos, por lo que posiblemente había vulnerado el artículo 26 de la ley en referencia, en concordancia con el numeral 2.3 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Entidad.

42.4.2. En segunda medida, esta Dirección tuvo en cuenta el documento denominado por la investigada como “*términos y condiciones de Uso de Plataforma Rappi-Consumidor*”, que allegó mediante el radicado número 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018 y del que se evidenció en la cláusula referida como “**11.DECRIPCIÓN DEL SERVICIO/g) pago**”, lo siguiente:

“g) pago. El consumidor realizará el pago directamente al mandatario. No obstante lo anterior, el Operador se subroga en los créditos pagaderos al Mandatario por autorización de éste.

En caso de que el Consumidor pague su orden en efectivo y el Mandatario no pueda devolverle el cambio, Rappi se hará responsable y le cargará créditos a su cuenta por el valor correspondiente (...). (Negrilla y subrayado fuera de texto).

Así y al estudiar la anterior disposición destacada, esta Dirección indicó que la misma permitía la devolución de vueltas mediante “*RappiCréditos*”, circunstancia que podría vulnerar la normativa objeto de estudio, pues con dicha estipulación se estaría presumiendo la voluntad del consumidor de aceptar dichos *RappiCréditos* en lugar de la devolución de vueltas en la moneda de curso legal.

Frente a lo anterior la investigada en su escrito de descargos identificado con el radicado número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019, argumentó frente a este cargo, lo siguiente:

“(…) En la Resolución, la SIC señala que Rappi vulneró los artículos 23, 24, 26 y literal b) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor, en concordancia con el numeral 2.3 y 2.3.2 del Capítulo Segundo del Título II de su Circular Única.

Lo anterior lo fundamenta en la queja de Carolina Herrera Small, en la que expresó que (...)

Pues bien, al imputar el cargo, la SIC parte de un supuesto errado que es que Rappi es una ‘aplicación de comercio electrónico’ y que, por consiguiente, le son exigibles obligaciones que la ley establece en cabeza de proveedores de productos tales como informar el precio de los bienes y servicios, indicar el plazo de validez de una oferta y la disponibilidad del producto, etc.

Sin embargo, Rappi no es una plataforma de comercio electrónico, sino de contacto, como se explicó de manera extensa en el señalamiento introductorio.

Por consiguiente, los precios y ofertas de los productos que se exhiben en la plataforma son responsabilidad del Aliado Comercial y no de Rappi. En efecto, los productos se exhiben en la plataforma de acuerdo con las condiciones dadas por el Aliado Comercial.

Por consiguiente, es responsabilidad del Aliado Comercial estar actualizando permanentemente la información de los productos que exhibe en la plataforma de Rappi, para de esta manera los Usuarios puedan encargar su adquisición en las condiciones exhibidas.

Además, al igual que en el punto anterior, las normas supuestamente vulneradas por Rappi (artículos 23, 24, 26 y 50 del Estatuto del Consumidor) contienen obligaciones claramente dirigidas a proveedores de productos, las cuales no son aplicables a la Compañía por tratarse de un portal de contacto entre Usuarios, Aliados Comerciales y Rappitenderos.

(...)

Pues bien, ninguna de las normas citadas por la SIC se relaciona con el supuesto fáctico alegado por la entidad en este cargo. En efecto, las mismas se refieren a la información del precio de los productos a los consumidores.

Incurrir en un error la SIC, pues no es acertado afirmar que se trate de vueltas, concepto que alude al saldo de dinero que resulta de la forma de pago utilizada en una relación de adquisición de un producto o servicio. En este caso, se trata de un excedente de dinero que ha sido entregado al mandatario, y que éste debe reembolsar por no haber sido utilizado en la gestión.

La condición de que las vueltas puedan ser entregadas a los Usuarios en forma de Rappi créditos es aceptada por éstos al acceder a los términos y Condiciones de la utilización de la plataforma.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Lo anterior, además, es en beneficio del propio Usuario, pues recordemos que esto solo sucede cuando un Rappitendero (mandatario) le debe dinero al Usuario. Este saldo, para beneficio del Usuario, le es devuelto a través de la plataforma a manera de un crédito para que utilice en sus relaciones con los mandatarios (...).”

Asimismo, ésta en su escrito de alegatos de conclusión radicado con el número 18-256766-76 del 17 de junio de 2020, reiteró los anteriores argumentos y, adicionalmente manifestó:

“En efecto, Rappi no realiza la publicidad de los productos que se exhiben en la plataforma ni es quien decide la información que se muestra sobre los mismos, menos aún el precio, pues como se ha indicado y demostrado en este proceso, quien ofrece, publicita y comercializa esos bienes o servicios es el Aliado Comercial.

Como puede observarse en los acuerdos de cooperación aportados a esta investigación en cumplimiento de lo dispuesto en la Resolución 73684 de 2019, el Aliado Comercial tiene entre sus obligaciones las de:

‘(ii) Diligenciar la información de productos en los formatos requeridos (i.e. Productos y precios); (iii) El Aliado debe notificar a Rappi sobre modificaciones de productos, precios, ingredientes, cambio de dirección, horarios de operación, entre otros cambios considerables dentro de un periodo razonable’.

Por consiguiente, quien está llamado a responder porque los precios de los productos se mantengan una vez el Rappitendero llega al establecimiento físico es el Aliado Comercial, pues es él quien está ofreciendo su producto a los consumidores.

En el caso concreto de la queja interpuesta por Carolina Herrera Small – en la que la Dirección sustenta este cargo- se trata de un incumplimiento por parte del Aliado Comercial de actualizar la información de sus productos exhibidos y de mantenerle el precio al Rappitendero, en su calidad de mandatario del consumidor, cuando se acercó al establecimiento físico a realizar la compra.

En efecto, no es posible pretender que una plataforma que presta un servicio tecnológico a sus clientes para que exhiban sus productos responda por lo que ahí se publique. Quien debe responder por ello es el que publica efectivamente la información

Por otro lado, no puede perderse de vista que el Rappitendero es un encargado, un mandatario, del usuario para realizar una compra, por lo que tampoco es él quien debe responder porque se mantenga o no el precio de un producto.

Así pues, la Dirección debe desestimar este cargo, pues ha quedado plenamente demostrado que el responsable de mantener el precio de un bien o servicio frente al consumidor es el productor o proveedor del mismo, en este caso, los Aliados Comerciales a quienes el usuario compra sus productos a través del Rappitendero.

(...)

En lo que respecta a la garantía de los precios de los productos, este cargo debe desestimarse, pues el llamado a responder por ésta es el Aliado Comercial, al ser quien diligencia esa información en la plataforma y quien debe notificar cualquier cambio en la misma (...).”

Al respecto y teniendo en cuenta que la presente imputación se encuentra conformada por dos sub cargos, este Despacho procederá a estudiar los siguientes temas que los fundamentan, así:

42.4.3. Frente a la información mínima (precio), la información pública de precios y la validez de la oferta:

Frente al particular, debe reiterársele a la investigada, que tal y como se expuso previamente en el acápite de consideraciones previas, la investigada es un proveedor habitual de bienes y/o servicios que ofrece y comercializa a través de su portal de comercio electrónico los mismos con un ánimo de lucro y, por ende, se encuentra sujeta a cumplir las normas objeto de estudio. En ese orden, los argumentos expuestos en los escritos de defensa encaminados a indicar que ésta no se encuentra obligada a cumplir la normativa endilgada no son objeto de recibo por parte de este Despacho.

Ahora, en lo que corresponde a que los precios y las ofertas son responsabilidad del aliado comercial y no ella, este Despacho debe reiterarle que, en el acápite de consideraciones previas, se pudo establecer que ésta efectivamente tenía una injerencia directa respecto de los precios y que podía llegar a incrementar su valor hasta en un 10% y que dicha circunstancia no estaba contemplada en los acuerdos de cooperación y colaboración allegados. Aunado a ello y como se le indicó en su momento,

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

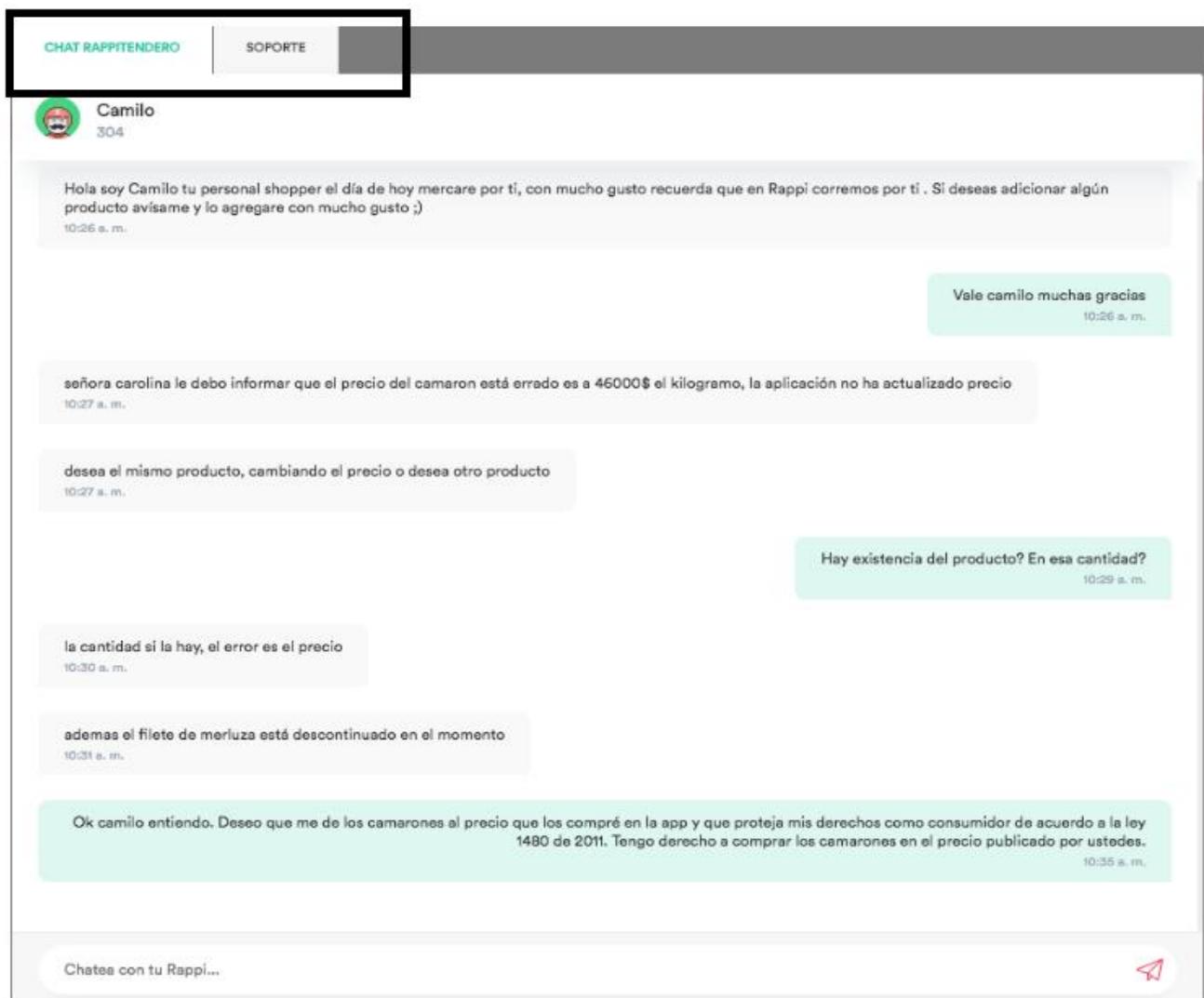
se pudo establecer con base en los estados financieros que la misma allegó, que ésta tenía dentro de su contabilidad un rubro que ingresaba a su patrimonio correspondiente a ese incremento de los precios que se encontraban en la plataforma denominado “*Mark Up*”.

Aunado a ello y como también se puso de presente de manera previa, ésta emite publicidades y ofertas, sus aliados la autorizan a usar sus marcas, por lo que las piezas publicitarias que se anuncian y ejecutan son responsabilidad de la investigada; asimismo y si bien es cierto que contractualmente los aliados tienen como obligación proveer y actualizar la información que se encuentra en la plataforma de comercio electrónico, también es cierto que dicha circunstancia no es perceptible y visible para los consumidores, toda vez que el contenido de la misma se encuentra unificado en la plataforma y la cara visible de la operación comercial es el aquí sujeto pasivo, en ese orden, los argumentos expuestos frente a estos aspectos no pueden ser acogidos por este Despacho.

Así las cosas y contrario a lo manifestado por la investigada, el supuesto fáctico expuesto resulta congruente con el supuesto jurídico reprochado, toda vez que ésta, como ya se indicó es un proveedor habitual de bienes y/o servicios que los ofrece y comercializa a través de su portal de comercio electrónico con un ánimo de lucro y, por ende, debe atender a los preceptos legales contenidos en el Estatuto del Consumidor y sus normas concordantes.

De esta forma y clarificado lo anterior, resulta importante para resolver el presente cargo, traer a colación los soportes que presentó la señora **CAROLINA HERRERA SMALL**, a través del radicado número 18-247095-0 del 28 de septiembre de 2018, así:

Imagen N° 65 (Anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018)



“Chat Rappitendero

Camilo: hola soy Camilo tu personal shopper el día de hoy mercaré por ti, con mucho gusto recuerda que en Rappi corremos por ti. Si deseas adicionar algún producto avísame y lo agregaré con mucho gusto 😊

Consumidor: vale camilo muchas gracias

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Camilo: señora carolina le debo informar que el precio del camarón está errado es a 46000\$ el kilogramo, la aplicación no ha actualizado precio

Camilo: desea el mismo producto, cambiando el precio o desea otro producto

Consumidor: hay existencia del producto? En esa cantidad?

Camilo: la cantidad si la hay, el error el precio

Camilo: además el filete de merluza está descontinuado en el momento

Consumidor: Ok camilo entiendo. Deseo que me de los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar los camarones en el precio publicado por ustedes”. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

Imagen N° 66 (Anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018)

The screenshot shows a chat interface with two tabs: "CHAT RAPPITENDERO" and "SOPORTE". The chat is with a user named "Camilo" (ID 304). The chat history includes:

- A message from Camilo: "ya me comunico con soporte" (10:38 a. m.)
- A system message: "señora carolina debo informarle que los precios dados fueron de promoción ya agotada, y estamos obligados a mantener los precios y promociones dados por el almacén, por lo que al estar agotada esta promoción no puedo complacerla respecto a su petición" (10:42 a. m.)
- A response from Camilo: "Camilo, tengo que salir, le voy a decir a mi esposo que se quede hablando con usted. él se llama simon" (10:44 a. m.)
- A response from Camilo: "Camilo estoy esperando" (10:58 a. m.)
- A final message from Camilo: "lo sé pero soporte me informa que según ley estamos obligados a mantener los precios y promociones del almacén de exigencias, el producto lo hay pero no en promoción, por lo que no puedo preferirle ese producto a ese precio" (11:04 a. m.)

At the bottom, there is a text input field with the placeholder "Chatea con tu Rappi..." and a red paper plane icon for sending messages.

“Chat Rappitendero

Camilo: ya me comunico con soporte

Consumidor: ok

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Camilo: señora carolina debo informarle que los precios dados fueron de promoción ya agotada y estamos obligados en mantener los precios y promociones dados por el almacén, por lo que al estar agotada esta promoción no puedo complacerla respecto a su petición.

Consumidor: camilo, tengo que salir, le voy a decir a mi esposo que se quede hablando con usted, se llama simón

Consumidor: camilo estoy esperando

Camilo: lo sé pero soporte me informa que según ley estamos es obligados a mantener los precios y promociones del almacén de existencias, el producto lo hay pero no en promoción, por lo que no puede ofrecerle ese producto o ese precio”. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

Imagen N° 67 (Anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018)

CHAT RAPPITENDERO SOPORTE

Soporte

buenos días carolina, nos comunicamos contigo para informarte que en el momento no es posible hacer garantía de los precios que solicitas en el momento
10:59 a. m.

sin embargo podemos garantizarte los precios de costo del almacen
11:00 a. m.

esto dado a que en nuestros terminos y condiciones estamos sujetos a disponibilidad de existencias de las promociones en el punto de venta
11:00 a. m.

deseas continuar con el pedido?
11:01 a. m.

Y cual es la razón para vulnerar los derechos e incumplir la ley 1480 de 2011
11:01 a. m.

Deseo que me de los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar los camarones en el precio publicado por ustedes
11:01 a. m.

Camaron jumbo
Camaron jumbo
\$60.296
Productos relacionados

Chatea con tu Rappi...

“Soporte

Soporte: buenos días carolina, nos comunicamos contigo para informarte que en el momento no es posible hacer garantía de los precios que solicitas en el momento.

Soporte: sin embargo podemos garantizarte los precios de costo del almacén.

Soporte: esto dado a que en nuestros términos y condiciones estamos sujetos a disponibilidad de existencia de las promociones en el punto de venta

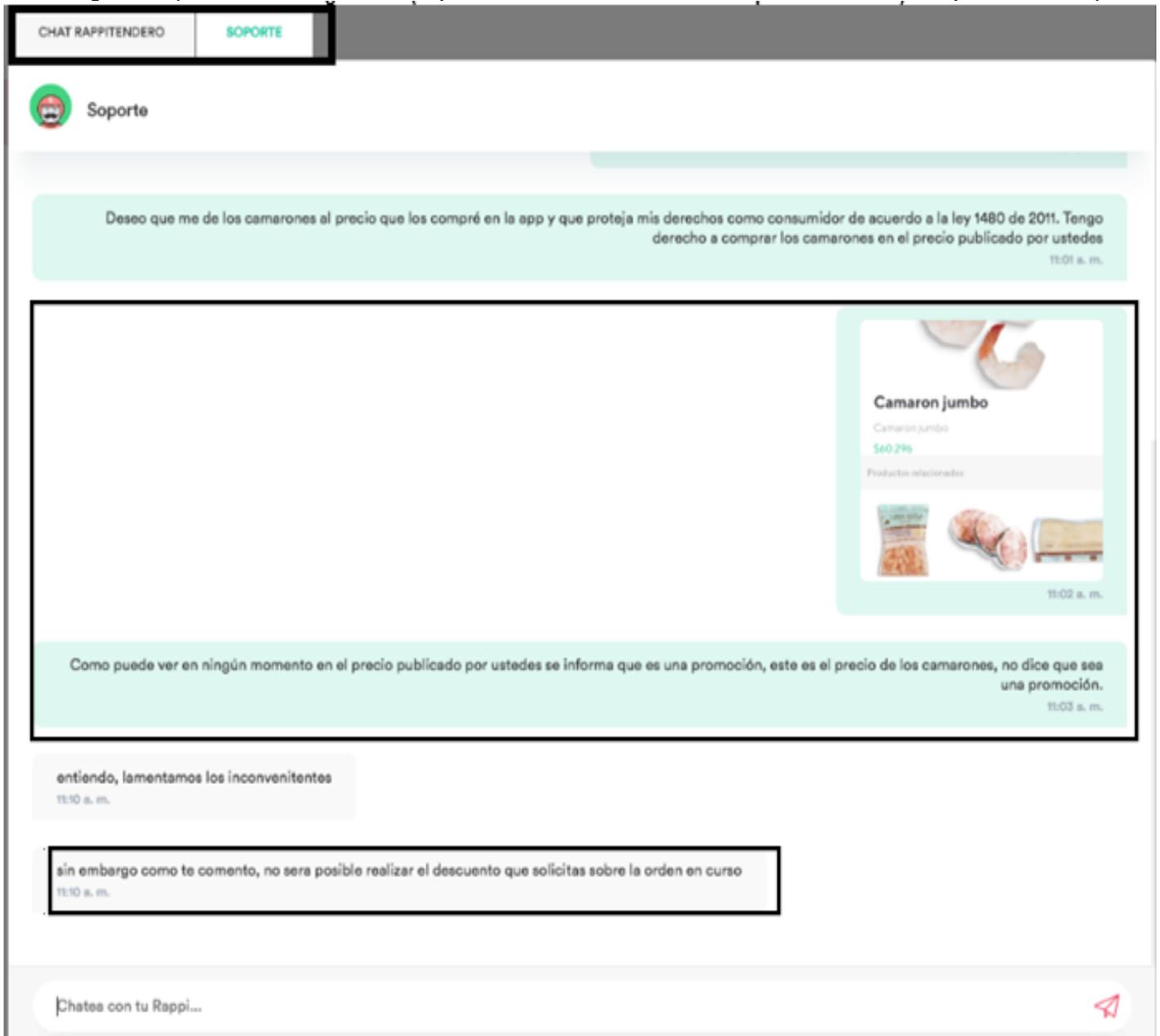
“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Soporte: Deseas continuar con el pedido?

Consumidor: y cuál es la razón para vulnerar los derechos e incumplir la ley 1480 de 2011

Consumidor: deseo que me de los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar los camarones en el precio publicado por ustedes (...). (Negrilla y subrayado fuera de texto).

Imagen N° 68 (Anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018)



“Soporte:

Consumidor: deseo que me dé los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar lo camarones en el precio publicado por ustedes

Consumidor: imagen “camarón jumbo 460.296”

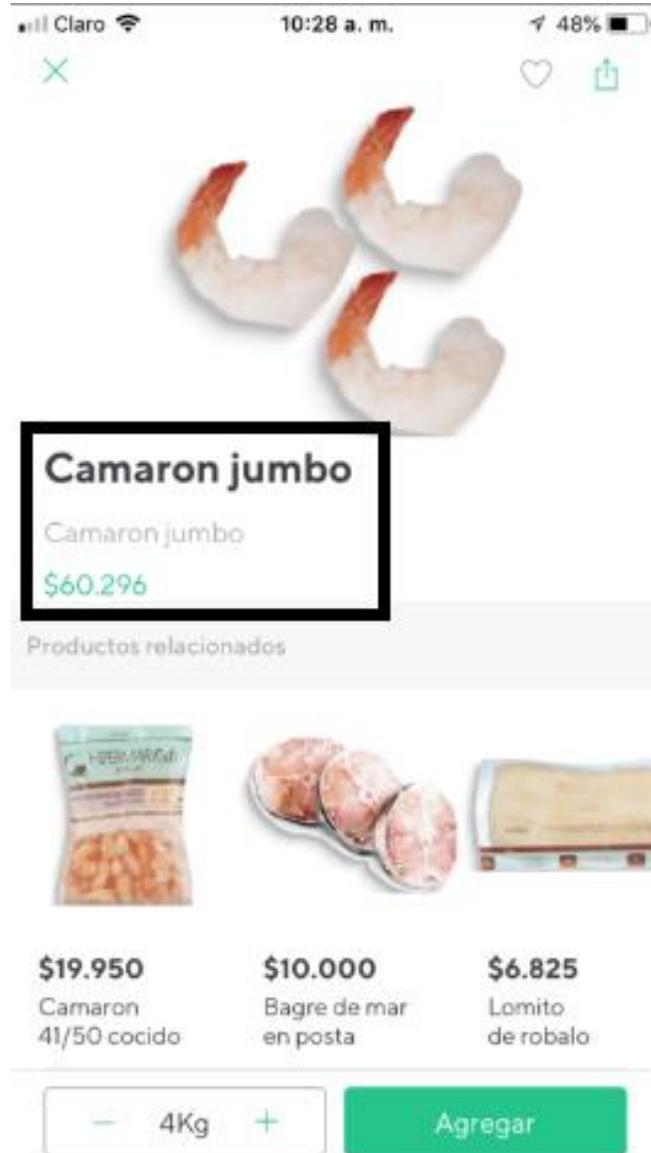
Consumidor. Como puede ver en ningún momento en el precio publicado por ustedes se informa que es una promoción, este es el precio de los camarones, no dice que sea una promoción.

Soporte: entiendo, lamentamos los inconvenientes

Soporte: sin embargo como te comento, no será posible realizar el descuento que solicitas sobre la orden en curso. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

Imagen N° 69 (Anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"



De las imágenes anteriormente expuestas, se puede observar que el producto ofrecido en la plataforma *Rappi*, correspondió a 4 kilogramos de “camarón jumbo”, por un valor total de \$60.296, es decir, que cada kilogramo tenía un valor de \$15.074; sin embargo y como se advierte de las imágenes N° 65 y 66, que corresponde a la opción “*chat Rappitendero*”, se le indicó a la consumidora que si bien existía el producto, el precio no estaba actualizado en la aplicación y que su valor correspondía era a \$46.000 el kilogramo.

Aunado a ello, se indicó que tanto en el “*chat Rappitendero*” como en “*soporte*”, que el precio de \$60.296 correspondía a una promoción y que la misma ya se había agotado y que no era posible garantizar los precios solicitados ni que se podía realizar el descuento que se solicitó, tal como se desprende de la imagen N° 66, así:

Imagen N° 70 (Captura de parte de la conversación que se adjuntó como anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018)

señora carolina debo informarle que lps precios dados fueron de promoción ya agotada, y estamos obligados es mantener los precios y promociones dados por el almacen, por lo que al estar agotada esta promoción no puedo complacerla respecto a su petición

10:42 a. m.

No obstante, debe indicarse de dichos elementos probatorios que, en la plataforma no se indicó que el precio del producto “*camarón jumbo*”, correspondía a una oferta, ya que en la imagen N° 69 antes expuesta y que corresponde a una captura de pantalla en la que se observa la selección del mismo y los kilogramos que se agregan por dicho bien, no se puso de presente tal circunstancia, así como tampoco se indicaron las condiciones de tiempo para determinar que dicho incentivo ya había finalizado, como se manifestó a través de los canales “*chat Rappitendero*” y “*soporte*”.

En ese orden, este Despacho advierte la falta de **claridad** y **suficiencia** de la información proporcionada a través de la plataforma, puesto que no se suministró de forma inequívoca y completa, lo referente a que dicho precio se daba con ocasión de un incentivo, así como tampoco se pusieron de presente las condiciones de tiempo respecto del mismo, por lo que no se le permitió a los consumidores conocer el contenido y alcance de lo que se indicó respecto del precio de dicho producto,

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

por lo que los usuarios en este caso, no contaron con los elementos de juicios suficientes para tomar una decisión razonable de consumo.

En igual sentido, se evidencia que no se suministró la información relativa al precio del producto ofrecido de manera **oportuna**, ya que era a través del enlace expuesto en la imagen N° 69 de este acto administrativo, el momento y/o espacio idóneo para darle a conocer a los consumidores que el mismo estaba dado en razón de un incentivo y a sus condiciones de vigencia. De tal manera, se observa que la información no fue dada al consumidor cuando la necesitó, situación que pudo alterar su capacidad de decisión de compra.

De igual modo, debe ponerse de presente que en este caso, la información suministrada no fue **precisa**, toda vez que en dicho enlace no se estableció con exactitud la razón de dicho precio anunciado por la investigada, siendo que dicho valor era determinante para tomar una decisión razonable de consumo.

Como consecuencia de lo expuesto, se advierte entonces que ésta incumplió lo establecido en el **artículo 23 del Estatuto del Consumidor**. Aunado a ello, se advierte que al no proporcionarse la información mínima concerniente al precio, ésta vulneró lo dispuesto en el **numeral 2.2 del artículo 24 del mentado estatuto**.

Adicionalmente, debe indicarse que en este caso, la información suministrada es carente de **veracidad**, toda vez que no se ajustó a la realidad el precio suministrado, ya que si bien en la plataforma *Rappi* se indicó el monto de \$60.296 por cuatro (4) kilogramos de camarón jumbo, la investigada se negó a sostener el mismo y decidió que si la consumidora deseaba dicho bien se le cobraría un valor diferente, por lo que en este caso, se advierte que no hubo una correspondencia entre el **precio** ofrecido y anunciado y el que al parecer verdaderamente tenía el bien, por lo que en este caso, la información así suministrada pudo afectar la decisión de los consumidores. Como consecuencia de ello, se advierte igualmente que el sujeto pasivo vulneró lo establecido en el **artículo 23**, referente a la obligación de suministrarle a los consumidores la información mínima en los términos exigidos en la Ley 1480 de 2011 y el **numeral 2.2 del artículo 24 del Estatuto del Consumidor**, relativo a la información mínima respecto del precio.

De la misma forma y si bien es cierto que en este caso el precio se informó en pesos colombianos y se suministró visualmente a los consumidores, la investigada trasgredió el **artículo 26 de la norma en cita, en concordancia con el numeral 2.3 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia**, toda vez que los consumidores solo estaban obligados a pagar el precio anunciado, pero de la información que se proporcionó a través de los canales “*chat Rappitendero*” y “*soporte*”, se indicó que no era posible garantizar el mismo y que el valor por dicho producto seleccionado correspondía a un monto superior que no fue visualmente informado en ningún momento.

Asimismo, el proveedor al utilizar medios electrónicos, incumplió con la obligación legal de indicar el plazo de validez de la oferta, ya que no se indicó que el precio estaba dado en razón de un incentivo y en donde era esencial indicar su vigencia, razón por la que en este caso, se advierte que vulneró lo dispuesto en el **inciso segundo del literal b) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor**, norma esta que dispone, entre otras cosas, que los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos, deberán indicar el plazo de validez de la oferta.

Así las cosas, no son de recibo los argumentos expuestos por la investigada en sus escritos de defensa, toda vez que el incumplimiento evidenciado recae sobre ella y no respecto de sus aliados comerciales, ya que como se observó previamente de las imágenes N° 57 a 60, fue el área de soporte quien instruyó al *Rappitendero* frente al precio del producto que se anunció respecto del que se indicó al momento de realizar la compra.

En ese orden y contrario a lo afirmado, ésta al ser un proveedor habitual de bienes y/o servicios ofrecidos en su plataforma, si tenía la responsabilidad de acatar las disposiciones infringidas, máxime teniendo en cuenta que ésta como previamente se advirtió y expuso tiene una injerencia respecto de la información pública de precios que se encuentra bien en su página web o en su aplicativo móvil.

Asimismo y en lo que corresponde a que el *Rappitendero* o mandatario no debía responder por el precio del producto, este Despacho debe indicarle que tal afirmación es cierta, toda vez que el mismo no es el sujeto pasivo de esta investigación y como se advirtió de las imágenes N° 57 a 60 de este acto administrativo, el mismo estuvo en contacto con el área de soporte que fue la que lo instruyó sobre cómo debía proceder frente al tema de la información pública de precios.

42.4.4. Frente a la información, información pública de precios y la disponibilidad de vueltas correctas:

Al respecto, debe partir por indicarse que, este Despacho le endilgó a la investigada una presunta responsabilidad, toda vez que al revisar el documento de "*términos y condiciones de uso de la plataforma Rappi-Consumidor*" que se encuentra en el radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, se incluyó la siguiente disposición:

"En caso de que el Consumidor pague su orden en efectivo y el Mandatario no pueda devolver el cambio, Rappi se hará responsable y le cargará créditos a su cuenta por el valor correspondiente (...)". (Negrilla fuera de texto).

De lo anterior y respecto de los argumentos de la investigada, se tiene que en este caso si se alude a las vueltas correctas o el cambio debido que debe recibir el consumidor cuando paga por un bien y/o servicio ofrecido a través de la plataforma de comercio electrónico, por lo que ésta no puede pretender desdibujar lo que establece su disposición y lo que contempla el precepto normativo frente a este tema, aludiendo a que es un saldo de dinero que resulta de una forma de pago utilizada, toda vez que, los usuarios de su plataforma pagan el precio debido por obtener la cosa adquirida y si éstos lo hacen a través de una denominación superior al valor, tienen el derecho a obtener ese cambio exacto o a que se le reintegre la cifra superior más cercana a la que se tenga disponibilidad.

En ese orden, el pago por los bienes y/o servicios ofrecidos, no corresponde a un excedente de dinero que el mandatario debe reembolsar por no haberlo utilizado, sino que la devolución de dinero obedece al cambio o vueltas debidas al usuario.

Ahora, en lo que corresponde a que los consumidores aceptan dicha disposición cuando éstos acceden a la utilización de la plataforma, este Despacho debe indicar que dicho argumento no es de recibo, toda vez que tal disposición contractual no puede ir en contravía de la ley, por lo que aunque si bien es factible que los consumidores que hacen uso de su plataforma aceptaron tal estipulación, dicha circunstancia *per se* no indica que la misma no sea contraria a las disposiciones aquí analizadas.

Por otro lado y frente a que es un beneficio que se le carguen los créditos al usuario y que dicho saldo es devuelto a través de la plataforma, no desdibuja el hecho que el precepto normativo, establece de manera clara que la devolución del dinero que se paga debe hacerse igualmente en la moneda de curso legal, por lo que dicho argumento esgrimido no es de recibo por este Despacho.

Así las cosas y clarificado lo anterior, debe indicarse que en este caso, la información que se suministra mediante el documento de "*términos y condiciones de uso de la plataforma Rappi-Consumidor*", en relación con la devolución de las vueltas correctas, resulta ser **insuficiente**, toda vez que la misma no es completa porque omite lo correspondiente a que el cambio debido debe ser en la moneda de curso legal, por lo que los consumidores no cuentan con los elementos de juicio suficientes para saber plenamente, que el obtener la devolución de vueltas correctas es un derecho que les asiste y es una obligación del sujeto pasivo, para así elegir si hacen uso de esa plataforma y utilizan el método de pago efectivo respecto de los precios anunciados, a sabiendas de que posiblemente el sujeto pasivo no cumpla con el deber de otorgar las vueltas correctas o seleccionar otro método de pago y así tomar una decisión razonable de consumo. En ese orden, se advierte que el sujeto pasivo vulneró el **artículo 23 del Estatuto del Consumidor**, que obliga a los proveedores y productores a suministrar a los consumidores la información mínima en los términos que establece la referida ley.

Aunado a ello, se advierte en este caso, que se desconocen las disposiciones concernientes a la información que debe suministrar el proveedor respecto del precio y la información pública de precios, en concordancia con lo que se establece respecto de las vueltas correctas, toda vez que si bien el consumidor puede llegar a pagar el precio visualmente informado haciendo uso de efectivo, mediante tal disposición se presume la aceptación del consumidor respecto de que no se le entregue el cambio debido en la moneda de curso legal, sino mediante unos *RappiCréditos* que aunque tienen un equivalente en dinero, no corresponden a lo que determina el precepto normativo frente al tema de las vueltas correctas, esto es, que la devolución se haga en la moneda de curso legal y que en caso de que no se dispongan de las denominaciones necesarias para suministrar el cambio debido o vueltas correctas, el dinero que le sea reintegrado al consumidor deberá corresponder a la cifra superior más cercana a la que se tenga disponibilidad.

En tal sentido, se advierte que la investigada en este caso, vulneró lo dispuesto en el **numeral 2.2 del artículo 24**, referente a la información mínima respecto del precio y el **artículo 26 de la Ley 1480 de**

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

2011, en concordancia con el numeral 2.3.2 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, que disponen lo concerniente a la información pública de precios y a la disponibilidad de vueltas correctas.

Del mismo modo, el proveedor al utilizar medios electrónicos, incumplió con la obligación legal de informarle a los usuarios, que en caso de que se haga uso de efectivo como medio de pago, el derecho que les asiste a recibir las vueltas correctas en la moneda de curso legal y no en *RappiCréditos*, para que puedan adoptar una decisión de compra libremente y sin ser inducidos en error, razón por la cual se advierte que vulneró lo dispuesto en el **literal c) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor**, que exige que los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos, deberán informar, los medios de que disponen para realizar los pagos.

Así las cosas y una vez estudiadas las circunstancias fácticas y jurídicas y los elementos probatorios, que sustentaron la presente imputación, esta Dirección evidencia que la imputación fáctica N° 2 prospera en su integridad y, por ende, será objeto de sanción administrativa, teniendo en cuenta lo que establece el artículo 61 del Estatuto del Consumidor.

42.5. Frente a la presunta vulneración de los numerales 1°, 2°, 9° y 13 del artículo 43 y el literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011- Imputación fáctica N° 3-:

En este cargo, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor imputó presunta responsabilidad a la investigada, por considerar que con su conducta podría configurarse una vulneración a lo dispuesto en los numerales 1°, 2°, 9° y 13 del artículo 43 y el literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011.

De esta manera, esta Dirección procederá al análisis de la presente imputación fáctica, frente a la conducta de la investigada, los argumentos expuestos y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normativa.

Así las cosas, es pertinente frente a este tema, traer a colación lo expuesto por la Corte Suprema de Justicia respecto de las cláusulas abusivas, señalándolas como aquellas que *“favorecen excesiva o desproporcionadamente la posición contractual del predisponente y perjudica inequitativa y dañosamente al adherente”*⁷⁷ y cuyas características son: **a)** que su negociación no haya sido individual; **b)** que lesionen los requerimientos emergentes de la buena fe negocial; y **c)** que genere un desequilibrio significativo de cara a los derechos y las obligaciones que contraen las partes.

A su vez, la doctrina, en concreto el profesor Ernesto Rengifo, considera como cláusula abusiva aquella que *“(...) en contra de las exigencias de la buena fe, causa en detrimento del consumidor o del adherente un desequilibrio importante e injustificado de las obligaciones contractuales, y que puede tener o no el carácter de condición general puesto que también puede darse en contratos particulares cuando no existe negociación individual de sus cláusulas, esto es, en contratos de adhesión particulares. El concepto de cláusula contractual abusiva tiene, prima facie, su ámbito propio en relación con consumidores y puede darse siempre que no haya existido negociación individual, es decir, tanto en condiciones generales como en cláusulas predispuestas para un contrato particular al que el consumidor se limita al adherirse (...)”*⁷⁸.

En igual sentido el Profesor Sergio Muñoz Laverde, considera que *“son abusivas las cláusulas que, incluidas por regla general en un contrato de contenido predispuesto, establecen, sin explicación seria, proporción ni razonabilidad, ventajas o prerrogativas excesivas para el predisponente o cargas, obligaciones o gravámenes injustificados para el adherente, en detrimento del principio de celebración y ejecución de buena fe contractual y del normal y razonable equilibrio contractual”*.⁷⁹

De la misma manera, el profesor Stiglitz considera que la cláusula abusiva será aquella *“cuyo contenido o elementos esenciales queden al arbitrio del predisponente o las establecidas en su beneficio exclusivo y en perjuicio del adherente, que comprometan el principio de la mayor reciprocidad de intereses que contengan la renuncia por el consumidor, sin fundamentos declarados que lo justifiquen”*.⁸⁰

⁷⁷ CORTE SUPREMA DE JUSTICIA. Sala de Casación Civil. Sentencia del 2 de febrero de 2001. Expediente No. 5670. MP: Carlos Ignacio Jaramillo.

⁷⁸ RENGIFO GARCIA, Ernesto. Del abuso del derecho al abuso de la posición dominante. Reimpr. De la 2ª edición. Bogotá. Universidad Externado de Colombia. 2009.

⁷⁹ MUÑOZ LAVERDE, Sergio. El principio de la buena fe y su incidencia en la interpretación del contrato. Nulidad de las cláusulas abusivas en el derecho colombiano (Tomo IV, Vol. 1), Colombia. Pontificia Universidad Javeriana & Temis.

⁸⁰ STIGLITZ, Rubén y STIGLITZ, Gabriel. Contratos por adhesión, cláusulas abusivas y Protección del consumidor. Buenos Aires. De Palma. 1985.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Así y siguiendo con lo expuesto, es importante señalar que en el Estatuto del Consumidor, se establece que serán ineficaces de pleno derecho, entre otras, aquellas disposiciones que limiten la responsabilidad del productor o proveedor de las obligaciones que por ley les corresponden; impliquen la renuncia de los derechos del consumidor que por ley les corresponden; presuman cualquier manifestación de voluntad del consumidor, cuando de ésta se deriven erogaciones u obligaciones a su cargo; restrinjan o eliminen la facultad del usuario del bien para hacer efectivas directamente ante el productor y/o proveedor las garantías. En ese sentido, dichas cláusulas entrañan de suyo un desequilibrio jurídico del contrato injusto e injustificado para éstos, colocándolos en una situación de desigualdad e inferioridad mayor a aquella prevista y permitida por el legislador.

Adicionalmente, es de destacar que dichas cláusulas son contrarias al orden público, toda vez que asignan un riesgo mayor para el consumidor en la satisfacción de sus necesidades y son contrarias al principio de la buena fe, en razón a que defraudan la confianza depositada por el consumidor en el carácter justo del contenido que se le impone.⁸¹

Precisamente y con base en lo señalado, esta Autoridad inició la presente investigación administrativa con fundamento en el documento denominado por la investigada como “*términos y condiciones de Uso de Plataforma Rappi-Consumidor*”, que allegó mediante el radicado número 18-256766-2 de 24 de octubre de 2018 y del que se evidenció que al parecer, incluyó unas estipulaciones contractuales presuntamente abusivas.

En ese sentido, se indicó que al parecer las mismas limitaban la responsabilidad del proveedor de las obligaciones que por ley le corresponden, toda vez que señaló en la disposición “**10. CAPACIDAD**”, lo siguiente: “***Es claro para el Consumidor que la relación contractual que se pueda llegar a generar por el uso de la plataforma no vincula de ninguna manera al operador***”.

Asimismo y frente a la disposición “**11. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**”, ésta incluyó una cláusula presuntamente abusiva que implicaba la renuncia de los derechos que por ley les corresponderían a los consumidores, toda vez que indicó: “***El usuario reconoce y acepta (...) igualmente tampoco realizará ningún tipo de reclamación frente a Rappi por cobros adicionales a los precios que se vean reflejados en facturas de venta (...)***”.

Del mismo modo y respecto de la disposición contractual anterior, se evidenció que al parecer existía una disposición abusiva porque presumía la manifestación de voluntad del consumidor, porque se derivaban erogaciones u obligaciones a su cargo, toda vez que indicó: “***en caso de que el consumidor pague su orden en efectivo y el Mandatario no pueda devolverle el cambio, Rappi se hará responsable y le cargará créditos a su cuenta por el valor correspondiente***”.

Situación igualmente predicable de la siguiente disposición: “***el consumidor acepta que algunos productos exhibidos en la plataforma no tienen el mismo valor que en el punto de venta físico. Rappi se reserva el derecho de fijar precios diferentes a los del punto de venta del comercio exhibido en la plataforma virtual. Al momento de solicitar y aceptar la orden, el Consumidor reconocer y acepta pagar un valor adicional por el producto seleccionado en caso de que le apliquen estas condiciones***”.

De igual manera y al revisar la estipulación “**15. GARANTÍA**”, se observó que presuntamente existía una disposición abusiva, que restringía o eliminaba la facultad del usuario del bien de hacer efectivamente las garantías ante el productor y/o proveedor de las mismas, dado que señaló: “***las reclamaciones por garantía se deben realizar directamente a los Mandatarios***”.

A su turno y en lo correspondiente a la disposición “**18. DERECHO DE RETRACTO**”, se indicó que la misma era abusiva, toda vez que indicó: “***debido a que los productos que se comercializan a través de la plataforma son productos perecederos, el Operador informa a los Consumidores que los Mandatarios no se encuentran obligados a otorgar el derecho de retracto consagrado en el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011. El derecho de retracto no aplica en razón a los servicios prestados por los Mandatarios***”.

Sin embargo y frente a este último caso, esta Dirección evidenció en la visita que se realizó a la página web “<https://www.rappi.com.co>”, que fue radicada con el consecutivo número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019, que no solo se comercializaban productos perecederos como lo indicó dicha disposición,

⁸¹ Cfr. ORDOQUI CASTILLA, abuso del derecho. Cit. P 248. De POSADA TORRES, Camilo. Las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión en el derecho colombiano. Revista de derecho privado. Universidad Externado de Colombia. No. 29. Julio-Diciembre de 2015. Pp.141-182.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

sino que también se evidenciaban otros productos, como televisores, celulares, calentadores, planchas, ventiladores, situación que generaría que la misma fuera una cláusula abusiva.

Frente a lo anterior, la investigada en su escrito de descargos identificado con el radicado número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019, manifestó lo siguiente:

“(…) Según la SIC, Rappi habría vulnerado los numerales 1,2,9 y 13 del artículo 43 y el literal d) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor.

Lo anterior se fundamenta en que la entidad considera que algunos de los términos y condiciones de utilización de la plataforma podrían considerarse abusivos e ineficaces de pleno derecho (...).

Sin embargo, ningún término o condición de la utilización de la plataforma de Rappi es abusivo como pasará a exponerse:

En primer lugar, el numeral 1 del artículo 43 del Estatuto del Consumidor establece que serán ineficaces de pleno derecho las cláusulas que ‘limiten la responsabilidad del productor o proveedor de las obligaciones que por ley le corresponden’.

Esta disposición no le es aplicable a Rappi, pues, como ya se dijo anteriormente, no ostenta la calidad de productor o proveedor, al tratarse de una plataforma de contacto.

Es precisamente por esta razón que el uso de la plataforma no lo vincula, pues las relaciones jurídicas que surgen entre Usuarios, Aliados Comerciales y Rappitenderos son completamente independientes de la Compañía.

Así se indica en los términos y condiciones de Rappi ‘(…) lo anterior, puesto que la relación contractual será directamente con el Mandatario y consistirá en un contrato de mandato remunerado celebrado por medios electrónicos, en el que el consumidor es el mandante’.

Así pues, ¿cómo puede resultar abusivo que una compañía aclare que no la vincula la relación contractual que surja entre dos terceros independientes de la misma?

Como ya se ha explicado anteriormente en este escrito, los Rappitenderos y los Aliados Comerciales son completamente independientes de Rappi y los Usuarios los contratan a través de la plataforma.

Por lo anterior y en virtud de la relatividad de los contratos y del artículo 1602 del Código Civil, los contratos que se celebren a través de la plataforma únicamente vincularán a las partes que lo celebran, es decir, a los Usuarios, los Aliados Comerciales y los Rappitenderos.

De esta forma, ni los Usuarios, ni los Aliados Comerciales, ni los Rappitenderos pueden exigirle una garantía o responsabilidad a Rappi por las obligaciones que surjan entre ellos.

Por otro lado, son los Aliados Comerciales quienes, en su calidad de productores y proveedores de los bienes y servicios exhibidos en la plataforma, deben otorgar a los Usuarios las garantías de sus productos.

Segundo, el numeral 2 del artículo 43 del Estatuto del Consumidor indica que serán abusivas las cláusulas que ‘impliquen renuncia de los derechos del consumidor que por ley les corresponden’.

(...)

Al leer la cláusula es posible observar que la SIC descontextualiza la misma en el cargo que imputa.

En efecto, Rappi no está incluyendo en sus términos y condiciones una cláusula que implique la renuncia de derechos del consumidor, sino que informa con suficiencia sobre la posibilidad del cobro de un cargo extra a los Usuarios por la utilización de la plataforma virtual para contactar al mandatario que gestionará su encargo.

Considerar que el cobro de un cargo por la utilización de una plataforma virtual implica la renuncia de derechos es un absurdo, pues esto implicaría que sus servicios tengan que ser, en todos los casos, gratuitos.

Tercero, el numeral 9 del artículo 43 del Estatuto del Consumidor establece que serán abusivas aquellas cláusulas que ‘presuman cualquier manifestación de voluntad del consumidor, cuando de ésta se deriven erogaciones u obligaciones a su cargo’. (Subrayo).

(...)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Sea lo primero indicar que esta cláusula no cumple con el presupuesto establecido en la norma, pues de ésta no se deriva ninguna erogación u obligación a cargo del Usuario.

Por el contrario, para efectos de la eficiencia del funcionamiento de la plataforma, Rappi le devuelve al Usuario el dinero con el que su Rappitendero no cuente en formas de pago de nuevos encargos.

(...)

Como ya se dijo, ese valor adicional por los productos corresponde al pago que realizaría el Usuario por la utilización de la plataforma para contactar al Rappitendero que gestionará su encargo. Así, no presume la voluntad del consumidor, sino que éste autoriza, al aceptar los términos y condiciones, que se le cobre un cargo por concepto de utilización de la plataforma.

Asimismo, la SIC señala que la cláusula en la que se indica que ‘las reclamaciones por garantía se deben realizar directamente a los Mandatarios’ es abusiva, pues restringe o elimina la facultad del usuario del bien para hacer efectivas directamente ante el productor y/o proveedor las garantías a que hace referencia el Estatuto del Consumidor.

Lo anterior no es cierto, pues la cláusula únicamente establece que dicha reclamación debe realizarse frente al mandatario quien es la persona obligada a responder por la gestión del encargo encomendado por el Usuario.

Incluso, los Usuarios pueden reclamar, por ley, la garantía de los productos a sus productores y/o proveedores, esto es, además de al Rappitendero, a los establecimientos donde se adquieren los mismos en la gestión del encargo, sean o no Aliados Comerciales de Rappi.

El hecho de que Rappi aclare en sus términos y condiciones que las reclamaciones por garantía deben realizarse directamente a los Mandatarios se debe a que precisamente la plataforma no es un productor o proveedor, por lo que no es la llamada a responder por las mismas. De ninguna manera la redacción de los términos y condiciones contiene una prohibición ni una restricción en el actuar de los Usuarios.

De esta forma, Rappi informa a sus Usuarios del verdadero responsable, para que de esta forma puedan encaminar en debida forma sus reclamaciones por garantía.

Por último, la SIC señala en la Resolución frente a este cargo lo siguiente (...)

(...)

Por tanto, el derecho de retracto no es aplicable en este caso debido al funcionamiento de Rappi: cuando el Usuario le solicita a un Rappitendero, a través de la plataforma, que gestione un encargo, ese servicio comienza precisamente con ese acuerdo.

Cuando el encargo corresponde a la adquisición de alimentos, éstos no pueden ser devueltos por tratarse de bienes perecederos que, además, son preparados, en el caso de los restaurantes, por solicitud del Usuario.

En caso de que se le encargue al Rappitendero la adquisición de productos no perecederos, tales como los de tecnología o de hogar, sobre estos tampoco puede aplicar el derecho de retracto a través de la plataforma, pues quien realiza la compra es el Rappitendero en el establecimiento físico al gestionar el encargo y no el Usuario directamente en la plataforma, según lo explicado, in extenso, en apartes anteriores.

No obstante lo anterior, el Usuario siempre recibe la factura de los productos adquiridos, por lo que puede realizar cualquier reclamo directamente ante el productor y/o proveedor de los mismos.

En efecto, la utilización de la plataforma de Rappi no restringe de ninguna forma los derechos y garantías de los Usuarios frente a los productores y/o proveedores de los productos (...).”

De igual manera, la investigada en su escrito de alegatos de conclusión radicado con el número 18-256766-76 del 17 de junio de 2020, reiteró los anteriores argumentos y, adicionalmente manifestó:

“(...) La entidad parte del supuesto errado, al igual que en los demás cargos, de que Rappi es un proveedor de bienes y servicios a través de su plataforma. Por consiguiente, considera que las cláusulas son abusivas a partir de su concepción caprichosa y arbitraria de que Rappi debe asumir las obligaciones de un productor y/o proveedor, aun cuando no lo sea.

Para empezar, en lo relativo a la limitación de responsabilidad de Rappi, ésta no es contractual, sino legal, en virtud del principio de relatividad de los contratos. De esta forma, las relaciones contractuales que surgen entre el usuario y el Rappitendero y entre el usuario y el Aliado Comercial no lo vinculan, pues únicamente está prestando el servicio de una

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

plataforma tecnológica para la exhibición de productos y el contacto entre las partes interesadas en venderlos, adquirirlos y hacer el encargo. Así se indica en los términos y condiciones de Rappi: (...)

Por consiguiente, en dicha cláusula lo único que está haciendo Rappi es explicarle al consumidor de manera clara y veraz la relación jurídica que los rige. Cosa distinta es que la Dirección pueda o no estar de acuerdo con dicha relación jurídica, pero no por eso puede abrogarle a Rappi obligaciones que no le corresponden por ley.

Por otro lado, quien debe responder por la calidad de los productos y sus garantías no es otro que el productor o proveedor de los mismos. No obstante, la Dirección parte del supuesto errado de que si Rappi no responde por dichas garantías nadie lo hará y el consumidor quedará desprotegido. Sin embargo, lo cierto es que en todos los casos en los que proceda, el consumidor podrá acercarse al Aliado Comercial de quien adquirió el producto para exigir su garantía.

En lo que respecta al precio de los productos, Rappi está informando a sus usuarios que los precios reflejados en la plataforma, los cuales, como ya se dijo, son establecidos por los Aliados Comerciales, pueden diferir de los encontrados en el establecimiento físico debido a un cargo por la utilización de la plataforma virtual.

Esto de ninguna manera implica una renuncia de derechos por parte del consumidor, ya que éstos voluntariamente acceden a pagar un precio ligeramente superior por un producto una vez hacen click al botón ‘Enviar pedido’, encargando así su adquisición a un Rappitendero.

Así pues, nadie obliga al usuario a que esté dispuesto a pagar un poco más por un producto por la comodidad de que un tercero se dirija al establecimiento físico, lo adquiera y lo lleve a la dirección en la que se encuentra.

Además, debe aclararse que, como puede observarse en el video que se aportó como ‘Anexo 7’, con el escrito No. 18-256766-00032-0000, y en las inspecciones realizadas por funcionarios de esta entidad, el precio de los productos no se incrementa luego de que el usuario los haya seleccionado para ordenar su adquisición. El incremento de precio al que se refiere los términos y condiciones ya está incluido en el precio exhibido en la plataforma, por lo que Rappi en ningún momento presume la voluntad del consumidor.

Por otro lado, en lo referente a las vueltas exactas del usuario, Rappi le está suministrando al usuario una solución en caso de que el Rappitendero, su mandatario, no tenga el dinero en efectivo para dárselas.

En efecto, como el Rappitendero no es un empleado de Rappi, sino un prestador independiente que presta sus servicios de mandato a los usuarios, no es posible obligarle a tener siempre vueltas exactas. Así pues, el usuario no realiza ninguna erogación, como lo prohíbe la norma, pues lo que está haciendo la Compañía es brindarle una solución para recuperar su dinero, correspondiente a las vueltas por la adquisición del producto.

Además, Rappi no presume la voluntad del usuario en este punto, sino que se trata de una solución aceptada por éste al momento de aceptar los términos y condiciones del uso de la plataforma, en los cuales se señala:

*‘Al elegir como método de pago el dinero en efectivo, **te solicitamos una aceptación previa para recibir el cambio en “SaldoPay” o en Rappicréditos.** En caso de no aceptar esta condición, deberás realizar el pago con tarjeta de crédito o cancelar la transacción’ (Resalto).*

Por todo lo anterior, este cargo debe ser desestimado, pues ha quedado demostrado que los términos y condiciones de Rappi no pueden considerarse como abusivos, partiendo del hecho de que no se trata de un productor o proveedor de bienes y/o servicios y que, en cualquier caso, el usuario siempre debe manifestar su aceptación a los mismos para que sea procedente cualquier operación.

(...)

En lo relativo a la existencia de cláusulas abusivas en los términos y condiciones de Rappi, se trata de un hecho superado ya que esas cláusulas fueron modificadas en seguimiento de las órdenes expedidas por esta Dirección mediante la Resolución No. 40212 de 2019. Por otro lado, ninguna de estas cláusulas era abusiva, pues no presumían la voluntad del consumidor, no limitaban la responsabilidad que por ley tiene la Compañía ni le impedían al consumidor realizar reclamaciones por garantía a los productores y proveedores de los bienes y servicios adquiridos a través de un Rappitendero (...).”

Al respecto, este Despacho nuevamente debe reiterar, que tal y como se expuso previamente en el acápite de consideraciones previas, la investigada es un proveedor habitual de bienes y/o servicios

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

que ofrece y comercializa a través de su portal de comercio electrónico los mismos con un ánimo de lucro y, por ende, se encuentra sujeta a cumplir las normas objeto de estudio. En ese orden, los argumentos expuestos en los escritos de defensa encaminados a indicar que ésta no se encuentra obligada a acatar la normativa endilgada no son objeto de recibo dentro de esta actuación.

Asimismo y en lo que se refiere a que en este caso, existe un hecho superado porque las disposiciones objeto de estudio fueron modificadas en atención a la orden administrativa proferida mediante la Resolución N° 40212 de 28 de agosto de 2019, este Despacho debe precisar que, las eventuales modificaciones que se hayan hecho al clausulado no pueden predicarse como un hecho superado, en la medida que aquella figura no tiene aplicación en los procesos administrativos sancionatorios, ya que mediante éstos se busca investigar y si es del caso, imponer sanciones a quienes hayan incurrido en violación de los preceptos normativos, cuando quiera que se demuestre la conducta típica, ya sea por acción u omisión y la responsabilidad de la investigada. Por tanto, tales actos no pueden por sí mismos omitir los incumplimientos evidenciados y por los cuales se inició el presente procedimiento administrativo sancionatorio.

Por otro lado y en lo que corresponde a que ésta no tiene una vinculación con los consumidores y que las relaciones jurídicas surgen es entre los usuarios, los aliados comerciales y los *Rappitenderos*, este Despacho debe indicar que, como se vio en el acápite de consideraciones previas en el cual se estudió el modelo de negocio de la investigada, se advirtió de la existencia de los sujetos en mención, pero también se evidenció de los elementos probatorios obrantes en el plenario, que el sujeto pasivo de esta actuación no solo se limitaba a ponerlos en contacto, sino que tenía una participación e injerencia respecto de las relaciones de consumo que se desarrollaban a través de su plataforma, siendo además la cara visible de toda la operación comercial que giraba entorno a la plataforma *Rappi*.

Así las cosas, es claro que ésta si tiene un vínculo con los consumidores en virtud de las transacciones que se llevan a cabo a través de su plataforma de comercio electrónico y emplea o se prevale de la figura de los *Rappitenderos* para que se pueda efectivamente perfeccionar las relaciones de consumo, toda vez que éstos tienen un vínculo comercial, emplean una plataforma propia de la investigada y ésta les indica a través de la misma, las condiciones de tiempo, modo y lugar para que se proceda a realizar la entrega efectiva de los bienes adquiridos y así, satisfacer la necesidad de consumo de los usuarios.

Aunado a lo anterior, en el documento denominado “*términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPÍ*”, que se encuentra contenido dentro del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018 y que es el objeto de análisis dentro de este cargo, se señaló lo siguiente:

“(…)

3. INFORMACIÓN

RAPPI S.A.S. es una sociedad constituida conforme a las leyes colombianas, identificada con NIT: 900843898-9, con domicilio en la ciudad de Bogotá D.C., que para los efectos de los presentes términos se denominará EL OPERADOR.

4. NATURALEZA JURÍDICA

Los presentes términos y condiciones de uso regulan la relación contractual de carácter comercial que une a los Consumidores que acceden a la plataforma virtual y al OPERADOR, especialmente en la autorización de uso que otorga éste en favor de aquel.

(…)

6. MODIFICACIÓN

El Operador podrá modificar autónomamente y en cualquier momento en aspectos formales, procedimentales o sustanciales los presentes Términos y Condiciones de uso de La Plataforma, los cuales serán actualizados y puestos a disposición de los Consumidores en La Plataforma, siendo la última versión publicada la que regulará las relaciones comerciales que se generen al momento de realizarse la transacción. Así mismo, cuenta con plena autonomía para modificar los usos de La Plataforma permitidos a los Consumidores, con el único deber de informarlo por un medio virtual que permita su publicación y comunicación al público”. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

Asimismo y respecto de dicho documento, el representante legal suplente al momento de realizar la declaración de parte el 9 de enero de 2020 y cuyo soporte se encuentra radicado mediante el consecutivo número 18-256766-61, manifestó:

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Pregunta apoderado de la investigada: “¿Cómo puede enterarse un usuario de la plataforma de todo lo que usted nos acaba de enterar, donde están estos términos y condiciones, esta explicación de cómo funciona Rappi, donde lo encuentra el consumidor?”

Respuesta Representante Legal: “En los términos y condiciones de la aplicación, que se aceptan antes de hacer uso de la plataforma, ósea es imposible que uno pueda inscribir o registrarse en la plataforma sin aceptar los términos y condiciones si están disponibles claramente, e igualmente sin aceptar la política de tratamientos personales como lo exige la normativa Colombiana y eso no es un misterio, ahí digamos están exhibidos los términos y condiciones y lo que va a reglamentar esa relación ahí queda claro que Rappi no va comercializar los productos y que los responsables son los aliados comerciales y que a la larga es una plataforma de contacto, para poner en contacto a estas tres partes, que como lo dijimos al principios, son los aliados comerciales, los usuarios consumidores y los Rappitenderos, está disponible también por google en términos y condiciones de Rappi, a través de la plataforma están también en el menú principal digamos se pueden consultar en cualquier momento están disponibles permanentemente y obviamente para hacer uso de la plataforma comercial, el usuario tiene que dar su consentimiento previo, expreso e informado, si no realmente es imposible que dando un check box un click después de haberlo leído, debe dar su consentimiento de aceptación”. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 35: 27 en adelante).

En ese orden y teniendo claro que los consumidores que quieren hacer uso de la plataforma deben aceptar dichos términos y condiciones y además que, en los mismos se indica que existe en virtud de dicha circunstancia, una relación contractual entre el usuario y la investigada, en la que el sujeto pasivo es el que establece las condiciones negociales y el contenido contractual que deben aceptar o rechazar en bloque los consumidores para poder hacer uso de la plataforma de comercio electrónico, este Despacho no puede acoger los argumentos referentes a que las relaciones surgidas son independientes a ella o que no tiene un vínculo con las partes que convergen en su plataforma.

Ahora, la investigada no puede pretender a través de sus argumentaciones, dirigir a esta Autoridad a que considere erróneamente que el vínculo que surge en virtud de dicho documento es con los *Rappitenderos*, toda vez que como se observó, se establece de manera expresa que existe un vínculo comercial entre la investigada con el consumidor para que se pueda usar la plataforma y además, que ésta de manera autónoma en cualquier momento puede modificar el contenido de dichos términos y condiciones, situación que igualmente es predicable del documento denominado “*términos & condiciones de uso de plataforma virtual Rappitendero*”, radicado mediante el consecutivo 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, que los *Rappitenderos* deben aceptar previamente para usar igualmente la plataforma *Rappitendero* que se encuentra interconectada a *Rappi*.

Asimismo y como se puso de presente anteriormente en el acápite de consideraciones previas, la figura del *Rappitendero* no resulta ser aislada a la operación de la investigada, ya que ésta al ser un proveedor habitual de bienes y/o servicios, tiene a su cargo no solo el ofrecimiento de los mismos sino también la entrega de lo que adquieren los consumidores, por lo que se prevale de ese vínculo comercial que tiene con los mensajeros en mención, para poder perfeccionar la relación de consumo y que se satisfagan las necesidades de los usuarios.

De tal manera, es claro que el documento que contiene las cláusulas presuntamente abusivas es emitido por la investigada, ésta se los da a conocer a los consumidores previo a la utilización de la plataforma y tiene la potestad para hacerle variaciones, sin que ninguno de los otros sujetos que convergen a su plataforma puedan intervenir en tales actuaciones.

Del mismo modo y en lo que se refiere a que los *Rappitenderos* y los aliados comerciales son independientes a ella y que los usuarios los contratan es a ellos a través de la plataforma, este Despacho debe indicar que, respecto de los *Rappitenderos* como se advirtió previamente ésta se prevale de la referida figura para que se puedan efectivamente perfeccionar las relaciones de consumo, toda vez que éstos tienen un vínculo comercial, emplean una plataforma propia de la investigada y ésta les indica a través de la misma, las condiciones de tiempo, modo y lugar para que se proceda a realizar la entrega efectiva de los bienes adquiridos y así, satisfacer la necesidad de consumo de los usuarios y además, el sujeto pasivo en virtud de esa relación que surge con éstas personas naturales con ocasión del documento denominado “*términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPi*”, que se encuentra contenido dentro del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, tiene la facultad contractual de subrogarse frente a los derechos patrimoniales que tienen éstos respecto de los usuarios, pudiendo convertirse en el acreedor de los consumidores, por lo cual, el argumento correspondiente a que dicho sujeto es independiente de ella, no es cierto, ya que

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

de ser así, ésta no podría desarrollar plenamente sus actividades como proveedor habitual de bienes y/o servicios a través de comercio electrónico y tener tales potestades contractuales.

Por otro lado y en lo que concierne a los aliados comerciales, debe indicarse que si bien es cierto que son personas naturales y/o jurídicas independientes del sujeto pasivo de esta actuación, éstas tienen un vínculo jurídico derivado de un acuerdo de cooperación y/o colaboración y aunque en éstos se establecen derechos y obligaciones de las partes, esta Dirección con el estudio de los elementos probatorios que obran en el plenario, pudo establecer que pese a que dichos sujetos efectivamente existen, la investigada ostenta atribuciones que escapan de dichos acuerdos y la sitúan en la calidad de proveedor de bienes y/o servicios a través de una plataforma de comercio electrónico, como por ejemplo, que tiene la facultad de atender las solicitudes y trámites de los consumidores de forma directa y sin intervención del aliado comercial e incluso realizar de forma directa, reversiones de pago respecto de órdenes que se realizan frente a dichos sujetos.

Ahora y si bien es cierto, que en virtud del principio de relatividad de los contratos a los que aludió la investigada en sus escritos de defensa, dichos acuerdos vinculan a las partes que lo celebran, también es cierto que en aplicación de dicho principio ésta tiene una relación jurídica con los usuarios proveniente del documento que aquí es objeto de estudio y que contiene al parecer disposiciones que se reputan como abusivas.

En ese sentido, es claro que la responsabilidad proveniente de dicho documento recae sobre ella y no respecto de terceras personas, como pretende hacerle ver erróneamente a este Despacho a través de dichas afirmaciones o que esos sujetos no pueden exigirles a ella ser responsable por las obligaciones que se derivan del uso de la plataforma, ya que tal y como se expuso en el acápite de consideraciones previas, es claro que ésta es un proveedor habitual de bienes y/o servicios que los ofrece y comercializa a través de su portal de comercio electrónico con un ánimo de lucro.

Como consecuencia de lo expuesto y contrario a lo afirmado por la investigada en sus escritos de defensa, no es cierto que esta autoridad parta de una concepción arbitraria y caprichosa respecto de que ésta como proveedor debe asumir las obligaciones derivadas del documento “*términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPI*”, que se encuentra contenido dentro del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, ya que como se indicó previamente, ésta tiene un vínculo con los usuarios proveniente de dichas disposiciones y adicionalmente, puede de manera autónoma modificar el contenido del mismo.

De igual manera, tampoco es de recibo las consideraciones esgrimidas acerca de que este Despacho puede estar o no de acuerdo con la relación jurídica que se establece en dicho acuerdo, toda vez que esta Autoridad, desarrolla este procedimiento administrativo dentro del marco de la ley y apartada de consideraciones discrecionales. Aunado a ello, ésta no puede escudarse en que solo le explica al consumidor de manera clara y veraz la relación jurídica que los rige para apartarse de las obligaciones legales que le asisten, toda vez que ésta comprobado dentro de esta actuación, la calidad de proveedor que ostenta la aquí investigada en el mercado colombiano.

En ese orden de cosas y teniendo claro lo anterior, este Despacho debe indicar que en el documento “*términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPI*”, se establece como previamente se expuso, todos aquellos elementos contractuales que regulan la relación contractual de carácter comercial que surge entre aquellos que acceden a dicha plataforma con la investigada, especialmente en lo que tiene que ver con la utilización de la misma, por lo que al observar el contenido que tiene inserto, se advierte que el mismo se encuadra dentro del concepto del contrato de adhesión que establece el numeral 4° del artículo 5° del Estatuto del consumidor, toda vez que en éste se contemplan una serie de condiciones uniformes y predeterminadas, respecto de las cuales los usuarios no pueden modificar las disposiciones allí señaladas, sino que sólo pueden aceptarlas o rechazarlas en bloque.

Así las cosas, se advierte que la parte que aprueba el texto de las cláusulas redactadas por la otra, no interviene en la discusión del contenido contractual y el vínculo jurídico se establece por el simple acto de aceptación o adhesión al esquema predeterminado unilateralmente.

En ese sentido, esta Dirección señala que dicho documento a la luz del ordenamiento jurídico colombiano es un contrato de adhesión, toda vez que por la forma en que están redactadas y consignadas dichas disposiciones contractuales, se evidencia que éstas no fueron discutidas libre y previamente por las partes, sino que fueron preestablecidas por la investigada y sobre las cuales los consumidores solo expresaron su aceptación⁸².

⁸² Cfr. ESTRADA, Alexei Julio. La Eficacia de los Derechos Fundamentales entre Particulares. Universidad Externado de Colombia. 2000. P. 286 y ss. RENGIFO GARCÍA, Ernesto. Del abuso del derecho al Abuso de la Posición Dominante. Universidad Externado de Colombia. 2002. P.316 y ss.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

De esta forma, puede indicarse que al contener disposiciones contractuales estandarizadas, la manifestación de la autonomía de la voluntad de los consumidores, para elegir el tipo de contrato, su medio o forma de expresión, el contenido del negocio o su configuración interna, está limitada.⁸³

Clarificado lo anterior y encontrando que, la Ley 1480 de 2011 reconoce el derecho que les asiste a los consumidores a ser protegidos de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, resulta necesario examinar la condición plasmada y objeto de reproche contenida en el documento “*términos y condiciones de uso de la plataforma RAPPi*”, que se encuentra contenido dentro del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018 y en el que se indicó en el numeral 10 denominado “**CAPACIDAD**”, lo siguiente: “**Es claro para el Consumidor que la relación contractual que se pueda llegar a generar por el uso de la plataforma no vincula de ninguna manera al operador**”.

En ese sentido, se observa que ésta ostenta las características de las cláusulas abusivas, en vista que su negociación no fue individual, trasgrede el postulado de la buena fe comercial y genera un desequilibrio injustificado de cara a los derechos y obligaciones que contraen las partes, ya que dicha estipulación limita la responsabilidad del proveedor de las obligaciones que por ley les corresponden, toda vez que le impide al consumidor ejercer el derecho a obtener una indemnización que repare los perjuicios sufridos como consecuencia del incumplimiento de alguna de las obligaciones que la ley y/o el contrato disponen, como por ejemplo, respecto de la calidad, idoneidad y seguridad de los bienes ofrecidos a través de dicha plataforma, colocándolo en una situación de desigualdad e inferioridad mayor a aquella establecida y permitida por el legislador en este tipo de contratos, por lo que en esa medida, esta disposición predispuesta resulta abiertamente abusiva.

Como consecuencia de lo anterior, este Despacho encuentra que la investigada con tal disposición vulneró el **numeral 1° del artículo 43 de la Ley 1480 de 2011**, referente a las cláusulas abusivas que limitan la responsabilidad del productor o proveedor de las obligaciones que por ley les corresponden.

Por otro lado y en lo que corresponde al numeral 2° del artículo 43 de la Ley 1480 de 2011, la investigada señaló que no se incluía ninguna disposición que implicara la renuncia de los derechos del consumidor, sino que a través de ésta lo que hacía era informar suficientemente al consumidor de la posibilidad de que se dieran cobros de un cargo extra a los usuarios por utilizar dicha plataforma virtual para contactar al mandatario y que considerar lo contrario era absurdo, porque eso implicaría que sus servicios tuvieran que ser gratuitos.

Al respecto, este Despacho debe indicar que tales afirmaciones no son de recibo, toda vez que ésta Autoridad no cuestiona la facultad que tiene la investigada de cobrar o no por sus servicios, sino que ésta presuntamente incluya disposiciones que resulten abusivas y vayan en detrimento de los derechos que por ley le asisten a los consumidores. En ese orden, es potestativo de ésta el cobrar o no por sus servicios, pero no puede pretender con sus argumentaciones que este Despacho desconozca la calidad que ésta ostenta en el mercado, para no endilgarle una presunta responsabilidad de cara a la normativa en estudio.

Ahora, en lo que corresponde a que a través de la cláusula contenida en el numeral 11 “*descripción del servicio*”, lo que hizo fue informarles a los consumidores acerca de la posibilidad de que existieran cobros extras por usar dicha plataforma para contactar al mandatario, este Despacho procedió a analizar dicha disposición: “**El usuario reconoce y acepta (...) [que] igualmente tampoco realizará ningún tipo de reclamación frente a Rappi por cobros adicionales a los precios que se vean reflejados en facturas de venta (...)**” y pudo advertir que contrario a lo afirmado por ésta, dicha estipulación no hace referencia a lo que ésta alude, sino que se refiere a que el consumidor tiene que aceptar no realizar ninguna reclamación frente a ella respecto de cobros adicionales a los precios, por lo que se evidencia en este caso, que ésta ostenta las características de las cláusulas abusivas, en vista que su negociación no fue individual, trasgrede el postulado de la buena fe comercial y genera un desequilibrio injustificado de cara a los derechos y obligaciones que contraen las partes.

Lo anterior, por cuanto dicha estipulación implica una renuncia de los derechos de los consumidores y les cercena la posibilidad que tienen a ejercer su derecho a reclamarle directamente a la investigada en su calidad de proveedor, por los cobros adicionales al precio sufragado, impidiéndole a su turno, obtener una reparación integral, oportuna y adecuada de las afectaciones pecuniarias que puedan llegar a sufrir, en ese orden, se encuentra que el sujeto pasivo con su conducta trasgredió lo dispuesto

⁸³ Cfr. HINESTROSA FORERO, Fernando. Autonomía Privada y Tipicidad Contractual. Conferencia publicada en Reflexiones de un Libre Pensador. Universidad Externado de Colombia. 2002. P. 400 y ss.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

en el numeral 2° del artículo 43 de la Ley 1480 de 2011, referente a las cláusulas abusivas que implican una renuncia de los derechos del consumidor que por ley le corresponden.

De otro lado y en lo que corresponde a la cláusula contractual contenida en el numeral 18 del documento *“términos y condiciones de uso de plataforma Rappi”*, que está radicado dentro del consecutivo número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, referente al derecho de retracto, en la que se indicó que: ***“debido a que los productos que se comercializan a través de la plataforma son productos perecederos, el Operador informa a los Consumidores que los Mandatarios no se encuentran obligados a otorgar el derecho de retracto consagrado en el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011. El derecho de retracto no aplica en razón a los servicios prestados por los Mandatarios”***, la investigada señaló que la misma estaba dada en razón a que tal prerrogativa no aplicaba dado el funcionamiento de la plataforma, ya que la gestión del encargo se daba entre el usuario y el *Rappitendero* y que el servicio comenzaba con dicho acuerdo.

Frente al particular, debe indicarse que el artículo 5° del Estatuto del consumidor, define lo siguiente:

“(…) 16. Ventas a distancia: Son las realizadas sin que el consumidor tenga contacto directo con el producto que adquiere, que se dan por medios, tales como correo, teléfono, catálogo o vía comercio electrónico (…).”

En tal entendido y teniendo en cuenta la anterior definición, se tiene que en este caso se está frente a una venta a distancia, toda vez que el consumidor no tiene contacto directo con el producto que adquiere o busca adquirir, ya que lo hace vía comercio electrónico a través de un aplicativo móvil y/o la página web de la investigada, donde selecciona los bienes y/o servicios que son de su interés, para así satisfacer una necesidad a cambio del pago de un precio determinado y que éstos lleguen al lugar de destino, por ello y contrario a lo manifestado por la sociedad en cuestión, a ésta si le asiste el deber legal de garantizar el derecho de retracto contemplado en el artículo 47 del Estatuto del consumidor.

Ahora, en lo que corresponde a que el servicio comienza con el encargo que surge entre el *Rappitendero* y los usuarios, este Despacho debe indicar que tal afirmación no es cierta, toda vez que el servicio inicia desde el momento en que el consumidor accede bien a la página web o mediante el aplicativo móvil y puede llevarse a cabo solo una fase precontractual o incluso puede llegar a desarrollarse el perfeccionamiento del negocio jurídico.

De tal forma, se tiene que si bien puede darse una convergencia entre los consumidores y los *Rappitenderos* en dicha plataforma, lo cierto es que la investigada no puede escudarse en la misma, para desdibujar las ventas a distancias que se realizan ni puede pretender desconocer sus obligaciones legales bajo el argumento de que la relación surge es cuando se da el acuerdo entre dichos sujetos, máxime si se tiene en cuenta que ésta al ser un proveedor habitual de bienes y/o servicios, tiene a su cargo no solo el ofrecimiento de los mismos sino también la entrega de lo que adquieren los consumidores, por lo que como previamente se indicó, se prevalece de la figura de los *Rappitenderos* para que se puedan efectivamente perfeccionar las relaciones de consumo y por ello, éstos emplean una plataforma propia de la investigada, ésta les indica a través de la misma, las condiciones de tiempo, modo y lugar para que se proceda a realizar la entrega efectiva de los bienes adquiridos y así, satisfacer la necesidad de consumo de los usuarios.

Por otro lado y en lo que corresponde a que no puede darse el retracto porque en los casos de adquisición de alimentos, éstos no pueden ser devueltos porque son bienes perecederos, porque son preparados, como en el caso de los restaurantes, este Despacho debe indicar que si bien es cierta tal manifestación, porque el artículo 47 señala tal excepción a dicha prerrogativa, lo cierto es que esta Autoridad evidenció en la visita que se realizó a la página web *“https://www.rappi.com.co”*, que fue radicada con el consecutivo número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019, que no solo se comercializaban productos perecederos en la plataforma de comercio electrónico, sino que también se ofrecían otros productos, tales como televisores, celulares, barras de sonido, sandwicheras, teléfonos, planchas, baterías portátiles, así:

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

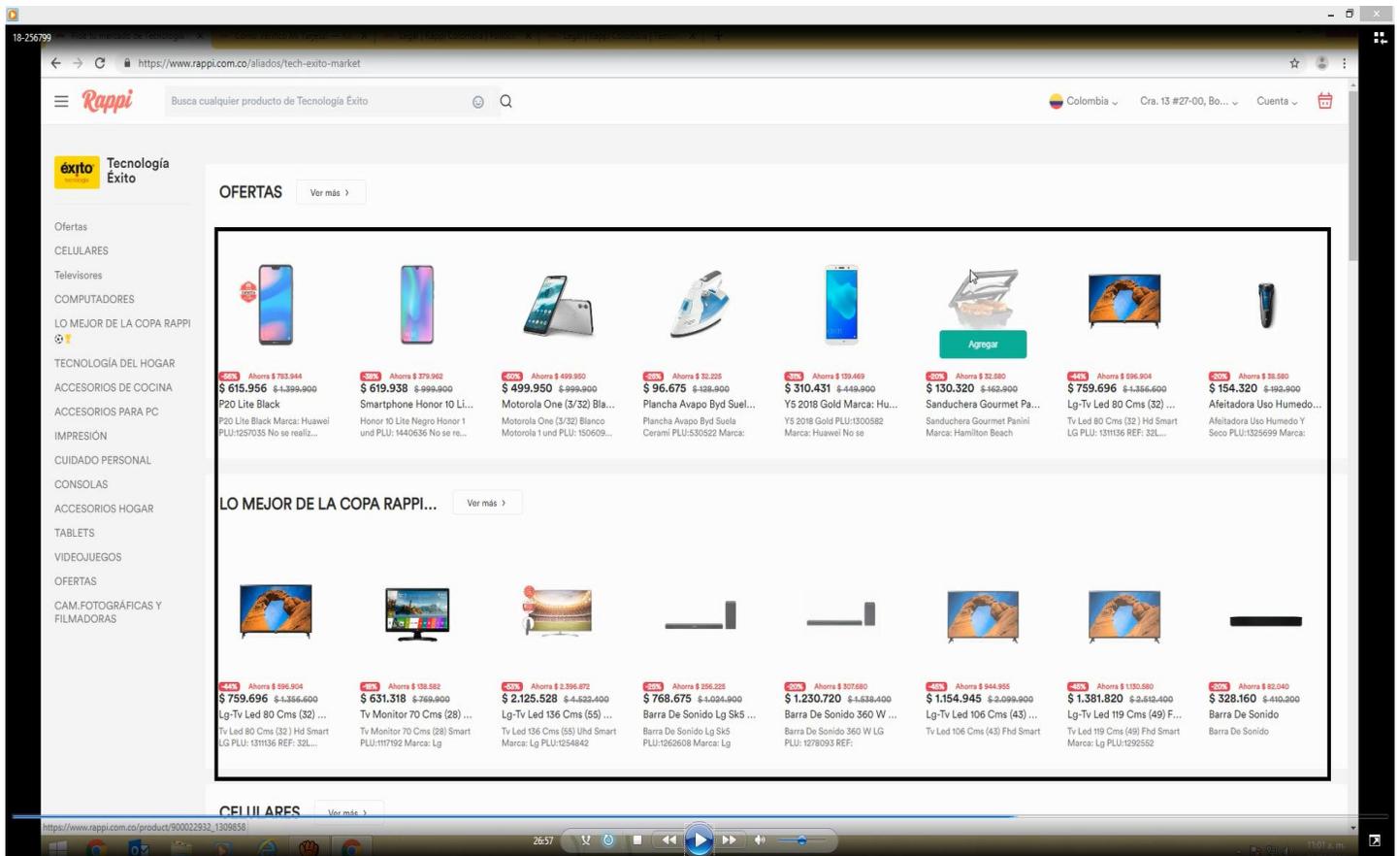
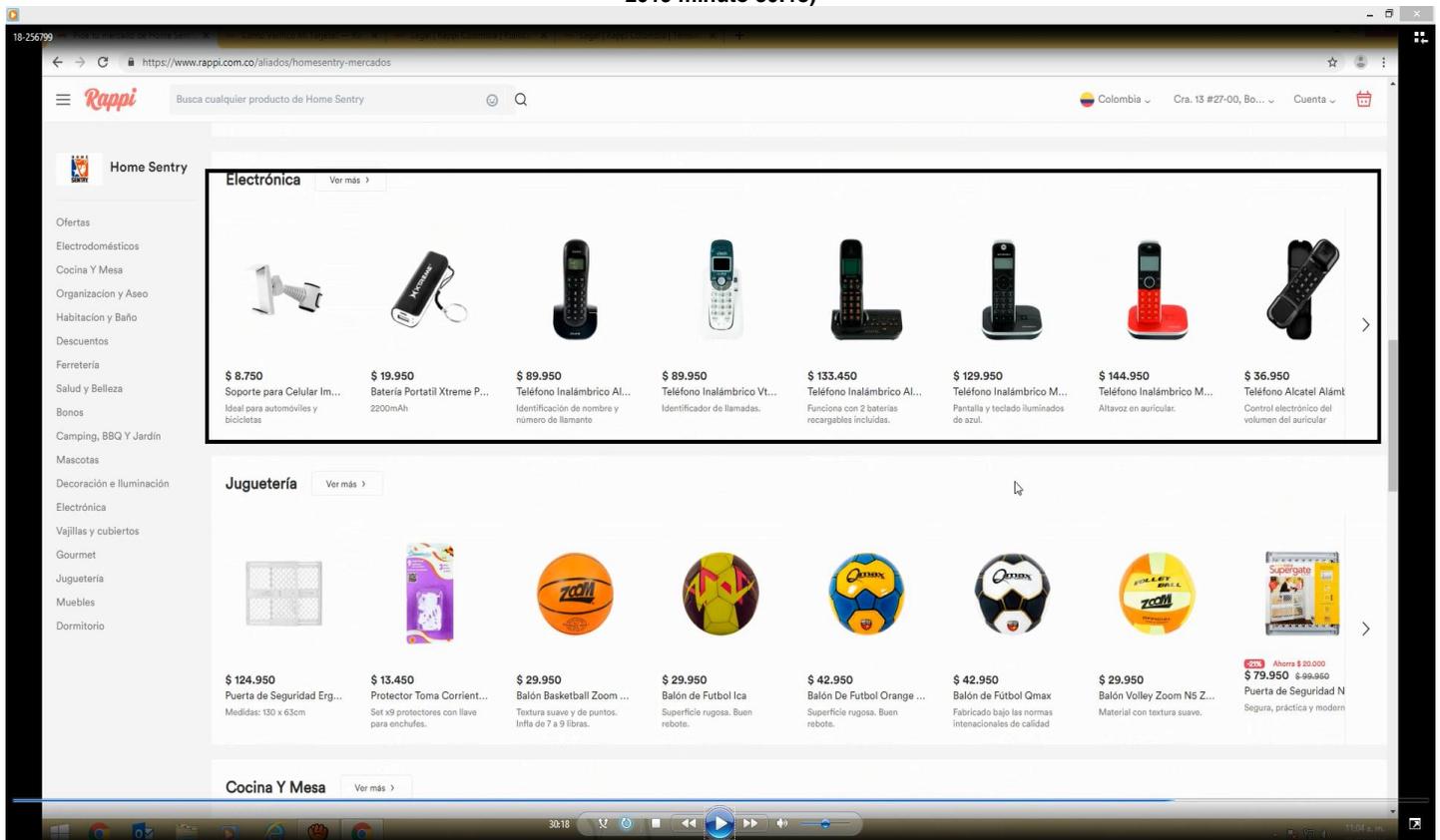


Imagen N° 72 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte se encuentra radicado con el N° 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 30:18)



En ese orden, las manifestaciones encaminadas a indicar que no contempla tal prerrogativa porque en su plataforma se ofrecen son productos perecederos, no son de recibo por parte de este Despacho.

Ahora bien, ésta indicó que sobre los productos de tecnología o de hogar, tampoco aplicaba dicha prerrogativa a través de su plataforma porque el que realizaba la compra era el *Rappitendero* en el establecimiento físico y no el usuario directamente en la plataforma, frente a lo que este Despacho debe indicar que, tales afirmaciones no son de recibo, toda vez que, dichos bienes son adquiridos a través de una venta a distancia y en la que el sujeto pasivo no solo se limita a conectar a los sujetos que intervienen en ella sino que es un proveedor habitual de los bienes y/o servicios que se ofrecen bien en la página web o bien mediante el aplicativo móvil y emplea la figura del *Rappitendero* para perfeccionar la relación de consumo, mediante la entrega efectiva de lo que se adquiere a través de su comercio electrónico.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

De esta manera y como en este caso se está frente a ventas a distancia a través de comercio electrónico, los consumidores tienen la posibilidad de ejercer dicha prerrogativa dentro de un término de cinco (5) días hábiles a partir de la entrega del bien o de la celebración del contrato en caso de que se trate de la prestación de servicios, por lo que el proveedor, que en este caso es la investigada, tiene el deber frente a los usuarios de garantizar dicho derecho y de devolver en dinero todas las sumas pagadas sin que sea procedente hacer descuentos o retenciones por concepto alguno. Asimismo, la devolución del dinero que haga no podría exceder de treinta (30) días calendario desde el momento en que se ejerce dicha prerrogativa.

Por otro lado y en lo que se refiere a que el usuario siempre recibe la factura y que por ello, puede realizar cualquier reclamo directo ante el productor y/o proveedor de los mismos, debe indicársele que, tal aseveración resulta contraria a lo dispuesto en el artículo 27 del Estatuto del Consumidor, toda vez que, para ejercer dicha prerrogativa no es necesario que el usuario presente dicho título valor.

Así las cosas y teniendo claro lo anterior, este Despacho procedió a analizar la siguiente disposición **“debido a que los productos que se comercializan a través de la plataforma son productos perecederos, el Operador informa a los Consumidores que los Mandatarios no se encuentran obligados a otorgar el derecho de retracto consagrado en el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011. El derecho de retracto no aplica en razón a los servicios prestados por los Mandatarios”** y advirtió que, ésta ostenta las características de las cláusulas abusivas, en vista que su negociación no fue individual, trasgrede el postulado de la buena fe negocial y genera un desequilibrio injustificado de cara a los derechos y obligaciones que contraen las partes.

Lo anterior, por cuanto dicha estipulación implica la renuncia del derecho que le asiste al consumidor de ejercer el derecho de retracto en los términos establecidos en el artículo 47 del Estatuto del Consumidor, toda vez que la misma desconoce que en su plataforma no solo se ofrecen productos perecederos, sino productos frente a los cuales es válido el ejercicio de dicha prerrogativa, por lo que en esa medida, esta disposición predispuesta resulta abiertamente abusiva. Como consecuencia de lo anterior, este Despacho encuentra que la investigada con tal disposición vulneró el **numeral 2° del artículo 43 de la Ley 1480 de 2011**, referente a las cláusulas abusivas que implican una renuncia de los derechos del consumidor que por ley le corresponden.

De otra parte, la investigada argumentó que respecto de la disposición relativa a que **“en caso de que el consumidor pague su orden en efectivo y el Mandatario no pueda devolverle el cambio, Rappi se hará responsable y le cargará créditos a su cuenta por el valor correspondiente”**, que la misma no era abusiva, ya que no derivaba ninguna obligación o erogación a cargo del usuario, sino que la misma estaba dada por eficiencia del funcionamiento de su plataforma y que ésta le devolvía al usuario el dinero cuando el *Rappitendero* no contara con formas de pago de nuevos encargos y que por ello era una solución cuando dicho sujeto no tuviera efectivo.

Al respecto, debe indicarse que llama la atención dichos argumentos, toda vez que la investigada por un lado, señala en su defensa que no es responsable de las relaciones que se llevan a cabo por los sujetos que intervienen en su plataforma y que el *Rappitendero* es independiente a ella, pero por otra, manifiesta que en el caso contemplado en dicha estipulación, ésta le devuelve al consumidor el dinero en forma de *RappiCréditos* a los consumidores cuando el *Rappitendero* no cuente con las vueltas correctas. Situación que da cuenta que contrario a lo que ésta manifiesta, se reafirma la injerencia que ésta tiene respecto de las relaciones de consumo que se llevan a cabo en su plataforma de comercio electrónico y como se prevalece de dicha figura para realizar la entrega efectiva a los consumidores de lo que adquieren a través de su plataforma y así perfeccionar las relaciones de consumo, por lo que es claro que ésta en su calidad de proveedor es la responsable de cumplir las normas objeto de análisis.

De esta forma, no son de recibo sus manifestaciones, máxime teniendo en cuenta cómo se expuso previamente, aunque los *RappiCréditos* tienen un equivalente en dinero, no corresponden a lo que determina el precepto normativo frente al tema de las vueltas correctas, esto es, que la devolución se haga en la moneda de curso legal y que en caso de que no se dispongan de las denominaciones necesarias para suministrar el cambio debido o vueltas correctas, el dinero que le sea reintegrado al consumidor deberá corresponder a la cifra superior más cercana a la que se tenga disponibilidad.

Así las cosas y en lo que corresponde al argumento respecto de que los consumidores aceptan dicha disposición cuando éstos acceden a la utilización de la plataforma, este Despacho debe indicar que el mismo no es de recibo, toda vez que tal disposición contractual, no puede ir en contravía de la ley, por lo que aunque si bien es factible que los consumidores que hacen uso de su plataforma acepten tal

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

cláusula, dicha circunstancia *per se* no indica que la misma no sea contraria a las disposiciones que contempla el Estatuto del Consumidor y demás normas concordantes.

Aunado a ello, la devolución de ese cambio debido no está dado en virtud de un cargo por concepto de utilización de la plataforma, ya que el mismo corresponde es a las vueltas cuando el usuario hace uso de efectivo como método de pago.

Ahora, en lo que corresponde a la cláusula que trajo la investigada en su escrito de alegatos de conclusión, referente a que los consumidores de forma previa aceptaban recibir esas vueltas en “*RappiCréditos*” o “*saldopay*”, este Despacho debe indicarle que la misma no se encuentra en el documento de “*términos y condiciones de uso de plataforma Rappi*”, que está radicado dentro del consecutivo número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018 y que es el objeto de este estudio y aun en gracia de discusión, debe reiterársele que por el hecho de que se contemplen tales disposiciones y que sea factible que los consumidores que hacen uso de su plataforma las acepten, dichas circunstancias no implican que las mismas no sean contrarias al Estatuto del Consumidor y demás normas concordantes.

Asimismo y en lo que corresponde a que mediante dicha cláusula no se realiza ninguna erogación, sino que lo que se hace es brindarle al usuario una solución para la recuperación de su dinero, correspondiente a las vueltas por la adquisición de los bienes, este Despacho debe indicar que la norma no sólo se circunscribe a que la disposición se configure en abusiva porque se presuma la manifestación de la voluntad cuando hayan erogaciones sino también cuando de la misma se deriven obligaciones a su cargo.

Así las cosas y al estudiar la cláusula en comento, se advierte de la misma que, ésta ostenta las características de las cláusulas abusivas, en vista que su negociación no fue individual, trasgrede el postulado de la buena fe comercial y genera un desequilibrio injustificado de cara a los derechos y obligaciones que contraen las partes, ya que dicha estipulación presume la manifestación de la voluntad del consumidor, toda vez que le impone como obligación tener que aceptar que no se le entregue el cambio debido o las vueltas correctas cuando hace uso del efectivo como método de pago, sino que se haya sujeta a admitir que se le cargue dicha devolución en una forma diferente a la moneda de curso legal, por lo que en esa medida, esta disposición predispuesta resulta abiertamente abusiva. Como consecuencia de lo anterior, este Despacho encuentra que la investigada con tal disposición vulneró el **numeral 9° del artículo 43 de la Ley 1480 de 2011**, referente a las cláusulas abusivas que presumen cualquier manifestación de voluntad del consumidor, cuando de éstas se deriven obligaciones a su cargo.

Aunado a ello y visto lo anterior, se observa que en este caso, el proveedor al utilizar medios electrónicos, trasgredió la prohibición legal que determina que no se pueden establecer en el medio electrónico disposiciones contractuales en las que se presuma la voluntad del consumidor cuando de ésta se deriven obligaciones a su cargo, razón por la cual vulneró lo dispuesto en el **inciso 5° del literal d) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor**.

Por otro lado y respecto de la disposición “***el consumidor acepta que algunos productos exhibidos en la plataforma no tienen el mismo valor que en el punto de venta físico. Rappi se reserva el derecho de fijar precios diferentes a los del punto de venta del comercio exhibido en la plataforma virtual. Al momento de solicitar y aceptar la orden, el Consumidor reconoce y acepta pagar un valor adicional por el producto seleccionado en caso de que le apliquen estas condiciones***”, la investigada manifestó que a través de la misma, le informaba a los usuarios que los valores reflejados en la plataforma, eran establecidos por los aliados comerciales y que los mismos podían diferir de los que estaban en el establecimiento físico, debido a un cargo por la utilización de la plataforma.

Sin embargo, de lo anterior no se advierte que dicho incremento obedezca a un cargo proveniente de la utilización de la plataforma de comercio electrónico; por el contrario, al leer en su integridad los “*términos y condiciones de uso de plataforma Rappi*”, que está radicado dentro del consecutivo número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, se advirtió que dicha circunstancia obedecía a la facultad que contempló la investigada de variar los valores informados visualmente, ya que en la cláusula “*f) valor*” se indicó que ésta “*se reserva el derecho de incrementar, hasta en un diez por ciento (10%), los precios de los productos exhibidos en las tiendas físicas de sus aliados (...)*”.

En ese orden y atendiendo al estudio realizado en el acápite de consideraciones previas, se pudo establecer que ésta incluyó dicha disposición en el documento antes mencionado, que el mismo

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

no estaba contemplado en los acuerdos de cooperación y de colaboración allegados aunque en los estados financieros con corte al 31 de diciembre de 2018, que se encuentran radicados con el número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, se indicó que dicha situación era concertada con el aliado y, además que por incrementar dichos valores reportaba un ingreso denominado “*Mark Up*”, correspondiente a:

“Reconocimiento de ingresos de Actividades Ordinarias

(...)

Mark Up: Corresponde a un sobrecosto cobrado sobre el precio de los productos ofrecidos a través de APP Rappi. Este sobrecosto es concertado con el aliado y mencionado al usuario al momento en que este hace la compra. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

En ese sentido la facultad de fijar precios diferentes respecto de los bienes que se encuentran en los establecimientos físicos de los aliados, no obedece a un cargo por la utilización de la plataforma, sino a un sobrecosto sobre el precio de los bienes ofrecidos y que el mismo se puede dar hasta en un diez por ciento (10%) del valor de lo que se exhibe en las tiendas físicas de los aliados. Aunado a ello y vista la anterior cláusula, dicha modificación obedece es al arbitrio de la investigada, toda vez que, la misma se reserva el derecho a fijar precios diferentes respecto de los bienes que se encuentran en la plataforma respecto de los que se encuentran en los establecimientos físicos.

Ahora, en lo que corresponde al argumento de la investigada respecto de que dicha cláusula no implicaba la renuncia de los derechos de los consumidores, este Despacho debe aclararle que el reproche de dicha disposición no versa respecto del numeral 2° del artículo 43 del Estatuto del Consumidor, sino que en el acto administrativo que formuló cargos se indicó de manera clara y precisa que al parecer, dicha estipulación vulneraba el numeral 9° del artículo en cita.

Asimismo y en lo que corresponde a que los consumidores aceptaban voluntariamente pagar un precio ligeramente superior cuando hacían *click* al botón “*enviar pedido*”, este Despacho debe indicar que, si bien éstos acceden a la plataforma con el objetivo de satisfacer una necesidad de consumo, dicha circunstancia no implica que éstos tengan que someterse al hecho de que la investigada a su arbitrio fije precios diferentes respecto de los bienes que se encuentran en los establecimientos físicos de los aliados.

Por otro lado y en lo que se refiere a que nadie obliga a los usuarios a pagar un poco más por el producto, ya que es por la comodidad de que el *Rappitendero* se dirija a un establecimiento físico y lo lleve a la dirección de destino, este Despacho debe indicar que dicha manifestación no es admisible, ya que si bien es cierto que nadie obliga a los consumidores a hacer uso de dicha plataforma, ésta no puede escudarse en que le brinda comodidades a éstos para establecer disposiciones que presuntamente son abusivas de cara a los derechos de los consumidores.

De otra parte y en lo concerniente a que en el “*anexo 7*” del radicado número 18-256766-32, se podía ver que los precios de los productos no se incrementaban luego de que los usuarios seleccionaran los productos, porque dicha situación ya estaba incluida y que por ello, no se presumía la manifestación de la voluntad de los consumidores, este Despacho debe indicarle que tal soporte se allegó de forma posterior al cargo aquí endilgado, por lo que el mismo no puede omitir o desdibujar los posibles incumplimientos que se lleguen a evidenciar de tal cláusula y en todo caso, el video que se encuentra en dicho anexo lo que muestra son unos precios en la plataforma respecto de unos determinados productos, por lo que si el sujeto pasivo manifestó que dichos valores tenían ya un incremento, se advertiría entonces que ésta ejecutó lo que estableció en dicha estipulación y presumió así la manifestación de la voluntad de los consumidores.

Así las cosas y clarificado lo anterior, de conformidad con los argumentos expuestos por la investigada respecto de dicha disposición contractual, este Despacho con el fin de decidir sobre la misma, procedió a su análisis y advirtió que en ella se indicó: ***el consumidor acepta que algunos productos exhibidos en la plataforma no tienen el mismo valor que en el punto de venta físico. Rappi se reserva el derecho de fijar precios diferentes a los del punto de venta del comercio exhibido en la plataforma virtual. Al momento de solicitar y aceptar la orden, el Consumidor reconoce y acepta pagar un valor adicional por el producto seleccionado en caso de que le apliquen estas condiciones***.

Al respecto y al hacer una lectura integral de la misma, se advierte que ostenta las características de las cláusulas abusivas, en vista que su negociación no fue individual, trasgrede el postulado de la buena fe comercial y genera un desequilibrio injustificado de cara a los derechos y obligaciones que

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

contraen las partes, ya que dicha estipulación presume la manifestación de la voluntad del consumidor, toda vez que éste acepta que los precios informados visualmente pueden tener un valor diferente al de los bienes que se encuentran en el establecimiento de comercio y que en virtud de la facultad que se reserva el sujeto pasivo, los mismos pueden llegar a ser diferentes, por lo que en este caso, el consumidor tendría que hacer erogaciones mayores a las que se le hubieren informado en un inicio, ya que se indica que éste debe aceptar pagar valores adicionales respecto del producto al que se le apliquen tales condiciones, por lo que en esa medida, esta disposición predispuesta resulta abiertamente abusiva.

Como consecuencia de lo anterior, este Despacho encuentra que la investigada con tal disposición vulneró el **numeral 9° del artículo 43 de la Ley 1480 de 2011**, referente a las cláusulas abusivas que presumen cualquier manifestación de voluntad del consumidor, cuando de éstas se deriven erogaciones a su cargo.

Del mismo modo y en consideración de lo antes expuesto, se observa que en este caso, el proveedor al utilizar medios electrónicos, trasgredió la prohibición legal que determina que no se pueden establecer en el medio electrónico disposiciones contractuales en las que se presuma la voluntad del consumidor cuando de ésta se deriven erogaciones a su cargo, razón por la cual se vulneró lo dispuesto en el **inciso 5° del literal d) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor**, que señala, entre otras cosas, que está prohibido que los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos dispongan cualquier disposición contractual en la que se presuma la voluntad del consumidor, cuando de ésta se deriven erogaciones a su cargo.

Por otra parte y al revisar la estipulación “**15. GARANTÍA**”, se observa que la misma contempló lo siguiente: “**las reclamaciones por garantía se deben realizar directamente a los Mandatarios**”.

Frente al particular, la investigada indicó que la misma no era abusiva, ya que lo único que establecía es que respecto de cualquier reclamación del consumidor, éste lo debía hacer ante el mandatario quien era el obligado a responder por la gestión y encargo o ante el aliado comercial; sin embargo, llama la atención tal aseveración cuando lo que se tiene en este trámite es que ésta frente a cualquier inconformidad que presentan los consumidores, acuden directamente ante ella a través de su departamento de atención al cliente y da trámite a las solicitudes de los usuarios.

Igualmente y como se evidenció en el acápite de consideraciones previas, ésta se prevalió de la figura del *Rappitendero* para llevar a cabo sus actividades como proveedor y que se perfeccionaran las relaciones de consumo que se dan con ocasión de su plataforma de comercio electrónico, así como los instruye respecto de inconformidades que presentaran los consumidores, por lo que éste actuaba teniendo en cuenta los lineamientos que le daba el área de atención al cliente.

Asimismo, se advirtió de los acuerdos de colaboración Market Place que si bien existía una cláusula que indicaba que el aliado debía atender las solicitudes de los consumidores, salvo cuando se tratara de medios de pago, lo cierto era, que el sujeto pasivo de esta actuación gestionaba y daba trámite de forma directa a todas las PQR's de los consumidores, así ésta posteriormente acudiera ante el aliado y realizara deducciones y compensaciones monetarias.

Asimismo y en lo concerniente a las demandas interpuestas por los consumidores, se pudo advertir del memorando remitido por la Superintendente Delegada para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio, mediante el radicado número 18-256766-8 del 8 de agosto de 2019, que existían contra la investigada en total 472 demandas en su contra, de las cuales 108 demandas se encuentran activas, correspondientes éstas últimas a los años 2018 y 2019 y finalizadas 364 y que fueron presentadas durante el lapso de 2016 a 2019. Además, dentro de las infracciones demandadas por los consumidores contra el sujeto pasivo, correspondían a aspectos legales contemplados en el Estatuto del Consumidor, como lo correspondiente a la garantía.

En ese orden, se evidencia que la reclamación frente a eventuales garantías respecto de los bienes y/o servicios ofrecidos por ésta a través de su plataforma, no corresponde a una obligación del *Rappitendero* o los aliados sino que le atañe a ella, por lo que los argumentos encaminados a indicar que es frente a dichos sujetos que los consumidores deben acudir para hacer exigibles la garantía, que ésta no es un proveedor de bienes y/o servicios y que sólo encamina con dicha disposición contractual al consumidor para que sepa a dónde acudir para ejercer sus derechos, no son de recibo por parte de este despacho.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

En tal sentido y teniendo claridad respecto de que, es a ésta la que le asiste la obligación temporal de responder por el buen estado del producto y la conformidad del mismo con las condiciones de idoneidad, calidad y seguridad, así como de los servicios ofrecidos a través de su plataforma, este Despacho advierte de tal disposición, que la misma ostenta las características de las cláusulas abusivas, en vista que su negociación no fue individual, trasgrede el postulado de la buena fe comercial y genera un desequilibrio injustificado de cara a los derechos y obligaciones que contraen las partes, ya que ésta restringe o elimina la facultad que les asiste a los consumidores de hacer efectivas las garantías directamente ante ésta como un proveedor habitual de los bienes y/o servicios que ofrece en la plataforma *Rappi*, situación que conlleva a que se afecte el derecho que les asiste a los usuarios a recibir productos de calidad, razón por la cual se determina en este caso, que se vulneró lo dispuesto en el **numeral 13 del artículo 43 del Estatuto del Consumidor**, referente a las cláusulas abusivas que restringen o eliminan la facultad del usuario del bien para hacer efectivas directamente ante el productor y/o proveedor las garantías a que hace referencia la Ley 1480 de 2011.

Así las cosas, no son de recibo los argumentos esgrimidos por la investigada en sus escritos de defensa, respecto de que tal disposición no es abusiva ni contiene una prohibición o restricción en el actuar de los usuarios. Aunado a ello y en lo que corresponde a que esta Dirección parte del supuesto errado de que si ésta no responde por dichas garantías nadie lo hará y que el consumidor queda desprotegido, debe indicársele, por una parte, que esta Autoridad no realizó ningún supuesto, formuló el presente cargo de manera clara, precisa y circunstanciada teniendo en cuenta los parámetros dados por el artículo 47 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo y expuso con una carga argumentativa lo suficientemente fuerte las razones por las cuales dicha disposición resultaba presuntamente abusiva.

Ahora, del estudio anterior se tiene que dicha disposición al restringir o eliminar la facultad que le asiste a los consumidores de hacer efectivas las garantías, si ocasiona que los derechos que les asisten a éstos se vean afectados, toda vez que éstos con tal disposición no podrían reclamarle a la investigada, sabiendo que ésta es a la que le asiste la obligación temporal de responder por el buen estado del producto y la conformidad del mismo con las condiciones de idoneidad, calidad y seguridad, así como de los servicios ofrecidos a través de su plataforma.

Como consecuencia del anterior análisis y contrario a lo manifestado por la investigada en sus escritos de defensa, acerca de que en este caso, no se presentaban cláusulas abusivas, este Despacho debe indicar que las mismas si fueron evidenciadas en el documento de *“términos y condiciones de uso de plataforma Rappi”*, que está misma radicó ante esta Autoridad mediante el consecutivo número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018.

Por ello y teniendo en cuenta el presente estudio de las disposiciones contenidas en dicho documento de cara al fundamento jurídico expuesto en este cargo, este Despacho determina que la imputación fáctica N° 3 está llamada a prosperar en su integridad y será objeto de sanción de conformidad con lo establecido en el artículo 61 del Estatuto del Consumidor.

42.6. Frente a la presunta vulneración de lo dispuesto en el numeral 4° del artículo 46 de la Ley 1480 de 2011 y los numerales 9° y 10° del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015- Imputación fáctica N° 4-:

En este cargo, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor imputó presunta responsabilidad a la investigada, por considerar que con su conducta podría configurarse una vulneración a lo dispuesto en el numeral 4° del artículo 46 de la Ley 1480 de 2011 y los numerales 9° y 10° del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015.

De esta manera, esta Dirección procederá al análisis de la presente imputación fáctica, frente a la conducta de la investigada, los argumentos expuestos y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normativa.

Así las cosas, resulta oportuno señalar, que el productor o proveedor que realice ventas que utilizan métodos no tradicionales o distancia, tiene, entre otros, el deber de informar, previo a la adquisición, la disponibilidad del producto, el derecho de retracto el término para ejercerlo, el término de duración de las condiciones comerciales y el tiempo de entrega.

De igual manera, debe indicarse que artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015, establece que en las ventas por métodos no tradicionales o a distancia, el vendedor, con anterioridad a la aceptación de la oferta, deberá suministrar al consumidor como mínimo, entre otros

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

asuntos, la existencia del derecho de retracto, así como el derecho que les asiste a la reversión del pago, de conformidad con lo que preceptúan los artículos 47 y 51 del Estatuto del Consumidor.

De lo anterior, entonces se evidencia que el legislador en virtud de su libertad de configuración normativa, contempló las anteriores normas como el desarrollo de uno de los pilares sobre los que se fundamenta la Ley 1480 de 2011, esto es, la información y la obligación que tienen los proveedores de suministrarla a los consumidores en los términos que establece la ley, cuando se realicen ventas que utilizan métodos no tradicionales o distancia.

Asimismo y en lo que corresponde a las prerrogativas del retracto y de la reversión del pago, este Despacho considera necesario precisar, que el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011 contempla el derecho de retracto, entendido como la posibilidad o facultad que tiene el consumidor de deshacer una venta o retractarse del negocio celebrado en las siguientes circunstancias:

1. Venta de bienes o prestación de servicios mediante sistemas de financiación
2. Venta de tiempos compartidos.
3. Ventas que utilizan métodos no tradicionales⁸⁴
4. Ventas a distancia⁸⁵

De esta manera, los contratos en los cuales se entiende pactada dicha prerrogativa son para la venta de bienes y servicios, que por su naturaleza no deban consumirse o no haya comenzado a ejecutarse antes de cinco (5) días.

Así y cuando se está frente a alguna de las anteriores circunstancias, los consumidores tienen la posibilidad de ejercer dicha prerrogativa dentro de un término de cinco (5) días hábiles a partir de la entrega del bien o de la celebración del contrato en caso de que se trate de la prestación de servicios, por lo que el proveedor deberá devolverle en dinero al consumidor todas las sumas pagadas sin que proceda a hacer descuentos o retenciones por concepto alguno.

Asimismo, la norma es clara en señalar que el trámite de devolución del dinero que haga el proveedor al consumidor no podrá exceder de treinta (30) días calendario desde el momento en que se ejerce dicha prerrogativa.

De igual forma, el mentado artículo consagra también las excepciones a dicho derecho, así:

1. La prestación del servicio contratado debe ejecutarse antes de cinco (5) días.
2. La prestación del servicio haya comenzado con el acuerdo del consumidor.
3. El precio del producto está sujeto a fluctuaciones diarias del mercado financiero que el productor no puede controlar.
4. El bien adquirido es confeccionado conforme a las especificaciones del consumidor o claramente es personalizado.
5. El bien que por su naturaleza no puede ser devuelto sin que se deteriore o caduque con rapidez.
6. El producto adquirido corresponde a una apuesta o lotería.
7. El bien es perecedero.
8. El bien es de uso personal.

Por otra parte y en lo que se refiere a la reversión del pago, debe indicarse que el mismo es aplicable en los casos en que, se emplean mecanismos de comercio electrónico, como internet, PSE y/o call center y/o cualquier otro medio de tele venta o tienda virtual y en los que se utiliza para realizar el pago una tarjeta de crédito, débito o cualquier otro instrumento de pago electrónico.

En ese sentido y cuando se cumplen dichas condiciones, los consumidores pueden solicitar la reversión total o parcial del pago⁸⁶ dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha en que

⁸⁴ CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 1480 de 2011. “**ARTÍCULO 5 DEFINICIONES.** Para los efectos de la presente ley, se entiende por: (...) 15. Ventas con utilización de métodos no tradicionales: Son aquellas que se celebran sin que el consumidor las haya buscado, tales como las que se hacen en el lugar de residencia del consumidor o por fuera del establecimiento de comercio. Se entenderá por tales, entre otras, las ofertas realizadas y aceptadas personalmente en el lugar de residencia del consumidor, en las que el consumidor es abordado por quien le ofrece los productos de forma intempestiva por fuera del establecimiento de comercio o es llevado a escenarios dispuestos especialmente para aminorar su capacidad de discernimiento”.

⁸⁵ Ibíd. “16. Ventas a distancia: Son las realizadas sin que el consumidor tenga contacto directo con el producto que adquiere, que se dan por medios, tales como correo, teléfono, catálogo o vía comercio electrónico”.

⁸⁶ Artículo 2.2.2.51.3. de Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 que compiló entre otras disposiciones, el Decreto 587 de 2016, que reglamentó el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

tienen noticia de la operación fraudulenta o no solicitada o que debió haber recibido el producto o lo recibió defectuoso o sin que correspondiera a lo solicitado⁸⁷.

En ese orden, resulta importante señalar que el mismo procede en los casos en que el productor o expendedor y la entidad emisora de pago electrónico se encuentran domiciliadas en el país y siempre y cuando no se trate de compras realizadas por medio de canales presenciales⁸⁸.

Así las cosas, cuando el consumidor ejerce dicha prerrogativa, deberá presentar queja ante el proveedor y devolver el producto, cuando sea procedente y notificar de la reclamación al emisor del instrumento de pago electrónico utilizado para realizar la compra, el cual, en conjunto con los demás participantes del proceso de pago, procederán a reversar la transacción al comprador.

De igual manera y en el evento en que llegue a presentarse controversia entre el proveedor y el consumidor derivada de una queja y ésta fuere resuelta por autoridad judicial o administrativa a favor del proveedor, el emisor del instrumento de pago, en conjunto con los demás participantes del proceso de pago, una vez haya sido notificado de la decisión, y siempre que ello fuere posible, cargará definitivamente la transacción reclamada al depósito bancario o instrumento de pago correspondiente o la debitará de la cuenta corriente o de ahorros del consumidor y el dinero será puesto a disposición del proveedor.

No obstante y en caso de que no existan los fondos suficientes o no sea posible realizar lo anterior por cualquier otro motivo, los participantes del proceso de pago informarán de ello al proveedor, para que este inicie las acciones que considere pertinentes contra el consumidor. Si la controversia se resuelve a favor del consumidor, la reversión se entenderá como definitiva. Esto, sin perjuicio del deber del proveedor de cumplir con sus obligaciones legales y contractuales frente al consumidor y de las sanciones administrativas a que haya lugar.

Del mismo modo, resulta importante señalar que, los participantes en el proceso de pago, son entre otros, los emisores de los instrumentos de pago, las entidades administradoras de los Sistemas de Pago de Bajo Valor, los bancos que manejan las cuentas y/o depósitos bancarios del consumidor y/o del proveedor.

Justamente y con base en lo anterior, esta Dirección dio inicio a la presente investigación administrativa, toda vez que, se evidenció de las visitas de inspección administrativas realizadas a la página web “<https://www.rappi.com.co/>”, cuya acta fue radicada con el número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 y a la aplicación móvil “RAPPi”, cuya acta fue radicada con el número 18-256766-3 del 17 de julio de 2019, que al parecer, la investigada no les informó a los consumidores en la etapa previa a la aceptación de la oferta en las ventas realizadas a través de métodos no tradicionales o a distancia, el derecho que les asistía a ejercer el retracto y la reversión del pago, en los términos que establecen las normas previamente expuestas.

Frente al particular, la investigada en su escrito de descargos radicado mediante el número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019, se pronunció en el siguiente sentido:

“(…) pues bien, la SIC parte nuevamente de presunciones equivocadas al imputar este cargo, al considerar que a través de la plataforma de Rappi se realiza la comercialización electrónica de bienes y servicios.

Al no entender el funcionamiento de la plataforma de Rappi es fácil caer en el error de que en la misma se realizan ‘transacciones de venta a través de métodos no tradicionales o a distancia’.

Sin embargo, esto no es cierto. Quien vende los productos y servicios a los Usuarios son los Aliados Comerciales u otros establecimientos a los cuales se dirige el Rappitendero una vez aceptada la orden.

Por consiguiente, son los productores y proveedores de los bienes y servicios contratados por los Usuarios quienes deben informar y garantizar el derecho de retracto.

Por consiguiente, en el caso de Rappi no aplican las normas relativas al derecho de retracto ni de reversión del pago, como lo afirma la SIC.

⁸⁷ Artículo 2.2.2.51.2. de Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 que compiló entre otras disposiciones, el Decreto 587 de 2016, que reglamentó el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011.

⁸⁸ Artículo 2.2.2.51.1. de Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 que compiló entre otras disposiciones, el Decreto 587 de 2016, que reglamentó el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

(...)

Rappi no es una plataforma de comercio electrónico por lo que ninguna de las normas relativas al derecho de retracto y a la reversión del pago que se citaron anteriormente le son aplicables.

Resaltamos que siendo Rappi una plataforma de contacto, no tiene las responsabilidades que le asigna la ley al productor o expendedor de bienes por estos medios no tradicionales. No obstante, no por ello se desprotege al Usuario de la plataforma, quien mantiene las mismas capacidades y derechos que tendría al acudir al mercado, de no existir Rappi (...).”

De igual manera, la investigada a través de su escrito de alegatos de conclusión radicado con el número 18-256766-76 del 17 de junio de 2020, manifestó:

“(...) sea lo primero señalar que Rappi únicamente comercializa de cara al consumidor un producto que es la membresía RappiPrime, para que puedan obtener beneficios por la utilización de la plataforma, por lo que únicamente frente a ésta procedería el derecho de retracto y de reversión del pago, lo cual se está garantizando, como se demostró con las pruebas aportadas con el escrito n° 18-256766-00032-0000.

Así lo explicó, además, el Representante Legal de la Compañía bajo juramento en la diligencia realizada el 9 de enero de 2020: ‘[L]os aliados comerciales son quienes comercializan los productos (...) Rappi no comercializa ningún tipo de producto; el único producto adicional que comercializa Rappi, aparte del servicio de tecnología a los aliados comerciales es la membresía de RappiPrime que es lo que se le ofrece al consumidor y básicamente es que (...) por pagar una membresía mensual o anual, existen las dos opciones, (...) éstos puedan acceder a ciertos beneficios (...) Nosotros no comercializamos las hamburguesas, ni las coca colas, ni la pizza, ni el mercado (...) eso lo comercializa, digamos, el Éxito’ (Min 15:40– 16:54).

No obstante, en la Resolución la Dirección señala que Rappi ‘no estaría informando de manera previa al consumidor en las transacciones de ventas a través de métodos no tradicionales o a distancia, la existencia del derecho de retracto previsto en el artículo 47 de la Ley 1480 y la existencia del derecho a la reversión del pago en los casos previstos en el artículo 51 ibidem’.

Puede inferirse de lo anterior, que la Dirección pretende que Rappi informe a los usuarios de su plataforma de la procedencia del derecho de retracto y de reversión del pago sobre todos los productos cuya adquisición ordenan al Rappitendero.

Sin embargo, debe precisarse que esta obligación de informar sobre el derecho de retracto y de reversión del pago sobre esas compras no está en cabeza de Rappi, sino de los Aliados Comerciales, que son los productores y/o proveedores de los bienes y servicios exhibidos en la plataforma.

Además, la procedencia de estos derechos es discutible en la adquisición de los productos que se ordenan a través de Rappi, pues no se cumplen los requisitos previstos en la ley para el efecto.

Lo anterior pues muchos de ellos son perecederos y, los que no lo son, no podría decirse que fueron adquiridos a través de medios no tradicionales o a distancia, porque el Rappitendero, en su calidad de representante o mandatario del usuario, exterioriza la acción de adquisición del producto de forma presencial en el establecimiento físico del Aliado Comercial.

No obstante, la procedencia o no de esos derechos será un asunto entre el Aliado Comercial y el usuario, entre quienes sí existe la relación de consumo, contractual, de compra venta del producto.

El único derecho de retracto y de reversión del pago que puede garantizar Rappi –y así lo hace- es el de la adquisición de la membresía RappiPrime, pues es el único producto que comercializa a los consumidores. Por lo anterior y teniendo en cuenta que se trata de un hecho superado, pues Rappi dio cumplimiento a las órdenes expedidas por la Dirección en la Resolución No. 40212, relativas al derecho de retracto y de reversión del pago, este cargo debe desestimarse.

(...)

Sobre el derecho de retracto y de reversión del pago, se trata también de un hecho superado teniendo en cuenta que Rappi hizo todas las modificaciones respectivas en sus términos y condiciones y en la plataforma para dar cumplimiento a lo ordenado por la Dirección en la Resolución No. 40212 de 2019. Así, la Compañía garantiza el derecho de retracto y de reversión del pago en el único producto que comercializa que es la membresía RappiPrime (...).”

Al respecto, este Despacho nuevamente debe reiterar, que tal y como se expuso previamente en el acápite de consideraciones previas, la investigada es un proveedor habitual de bienes y/o servicios

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

que ofrece y comercializa a través de su portal de comercio electrónico los mismos con un ánimo de lucro y, por ende, se encuentra sujeta a cumplir las normas objeto de estudio. En ese orden, los argumentos expuestos en los escritos de defensa encaminados a indicar que ésta no se encuentra obligada a acatar la normativa endilgada no son objeto de recibo dentro de esta actuación.

Por otra parte y en lo que corresponde a que esta Autoridad no entiende cómo funciona dicha plataforma y que por eso cae en el error de que en la misma se realizan transacciones de venta que emplean métodos no tradicionales o a distancia, este Despacho debe indicarle que no son de recibo sus afirmaciones, toda vez que en este caso es claro el funcionamiento de dicha plataforma de comercio electrónico y se advierte que, mediante la misma se desarrollan ventas a distancia en el comercio electrónico, en ese orden, resulta importante traer a colación la definición contenida en el artículo 5 del Estatuto del Consumidor, así:

“(...) 16. Ventas a distancia: Son las realizadas sin que el consumidor tenga contacto directo con el producto que adquiere, que se dan por medios, tales como correo, teléfono, catálogo o vía comercio electrónico (...).”

En tal entendido y teniendo en cuenta la anterior definición, se tiene que en este caso se está frente a una venta a distancia, toda vez que el consumidor no tiene contacto directo con el producto que adquiere o busca adquirir, ya que lo hace vía comercio electrónico a través de un aplicativo móvil y/o la página web de la investigada, donde selecciona los bienes y/o servicios que son de su interés, para así satisfacer una necesidad a cambio del pago de un precio determinado y que éstos lleguen al lugar de destino, por ello y contrario a lo manifestado por la sociedad en cuestión, a ésta si le asiste el deber legal de garantizar tanto el derecho de retracto contemplado en el artículo 47 como la prerrogativa de reversión de pago establecida en el artículo 51 del Estatuto del Consumidor.

Ahora, en lo que corresponde a que los productos que se encuentran en la plataforma son vendidos por los aliados comerciales u otros establecimientos, debe reiterársele que, si bien es cierto que ésta tiene una relación comercial con terceras personas que surge en virtud de unos acuerdos de cooperación y de colaboración, no por ello, se desdibuja el carácter que ésta tiene en el mercado colombiano de proveedor de bienes y/o servicios, por lo que en esa medida, ésta no puede por un lado participar activamente de las transacciones y relaciones de consumo que se desarrollan en su plataforma, pero por otro, desconocer su calidad para argumentar que no tiene por qué cumplir con las obligaciones legales que son objeto de este estudio.

De otro lado y en lo que corresponde a que el único servicio que comercializa es la membresía “RappiPrime”, este Despacho nuevamente debe reiterarle a la investigada, que de conformidad con lo expuesto en el acápite de consideraciones previas, se pudo establecer que si bien era cierto que ésta comercializaba de forma directa dicha membresía, también lo era que ésta tenía una injerencia respecto de las transacciones económicas que se desarrollaban entre consumidores y aliados, así como que igualmente era un proveedor de los servicios, como “RappiAntojo”, “RappiCash”, “Marcas”, “Sampling”, por lo que los argumentos referentes a que el retracto y reversión sólo aplicaría para el “RappiPrime”, no son de recibo.

En ese orden, las pruebas que obran dentro del consecutivo número 18-256766-32 del 9 de octubre de 2019, allegadas con el fin de acreditar el cumplimiento de una orden administrativa y a las que aludió para indicar que las mismas garantizaban el retracto y la reversión respecto de su membresía, no desvirtúan el presente reproche consistente en que ésta al parecer, no informó de manera previa a la aceptación de la oferta que se hace a través de medios electrónicos, las prerrogativas de retracto y reversión que les asisten a los consumidores.

En tal sentido, las mismas resultan ser impertinentes⁸⁹, toda vez que los hechos que se pretenden demostrar con dichos elementos probatorios, no son el tema del proceso, es decir, que el reproche endilgado no versó en qué ésta no informó dichas prerrogativas respecto de tal membresía, sino que como se expuso antes, no informó de manera previa a la aceptación de la oferta que se hace a través de medios electrónicos, las prerrogativas de retracto y reversión que les asisten a los consumidores.

De otra parte y en lo que corresponde a las manifestaciones realizadas por el representante legal suplente, en la declaración de parte realizada el 9 de enero de 2020 y cuyo soporte se encuentra dentro del radicado número 18-256766-61, acerca de qué Rappi no comercializaba ningún tipo de producto, este Despacho debe reiterar que las mismas fueron analizadas en el acápite de las

⁸⁹ De otra parte, la **pertinencia**, consiste en “(...) la adecuación entre los hechos que se pretenden llevar al proceso y los hechos que son tema de la prueba en éste. En otras palabras, es la relación de facto entre los hechos que se pretenden demostrar y el tema del proceso (...).” Ibid.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

consideraciones previas de cara a los elementos probatorios que obran en el plenario y se advirtió que, contrario a lo indicado en su oportunidad, ésta sí era un proveedor habitual de los bienes y/o servicios ofrecidos a través de su plataforma, razón por la que dichos argumentos no pueden ser tampoco acogidos.

Asimismo y en lo que corresponde a que el retracto no sería procedente porque los productos ofrecidos eran perecederos, este Despacho debe indicar que si bien el artículo 47 señala tal excepción a dicha prerrogativa, lo cierto es que esta Autoridad evidenció en la visita que se realizó a la página web “<https://www.rappi.com.co>”, que fue radicada con el consecutivo número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019, que no solo se comercializaban productos perecederos en la plataforma de comercio electrónico, sino que también se ofrecían otros productos, televisores, celulares, barras de sonido, sandwicheras, teléfonos, planchas, baterías portátiles, tal y como se expuso de manera precedente en las imágenes N° 62 y 63 de este acto administrativo y que vale la pena volver a traer a colación, así:

Imagen N° 73 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte se encuentra radicado con el N° 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 26:57)

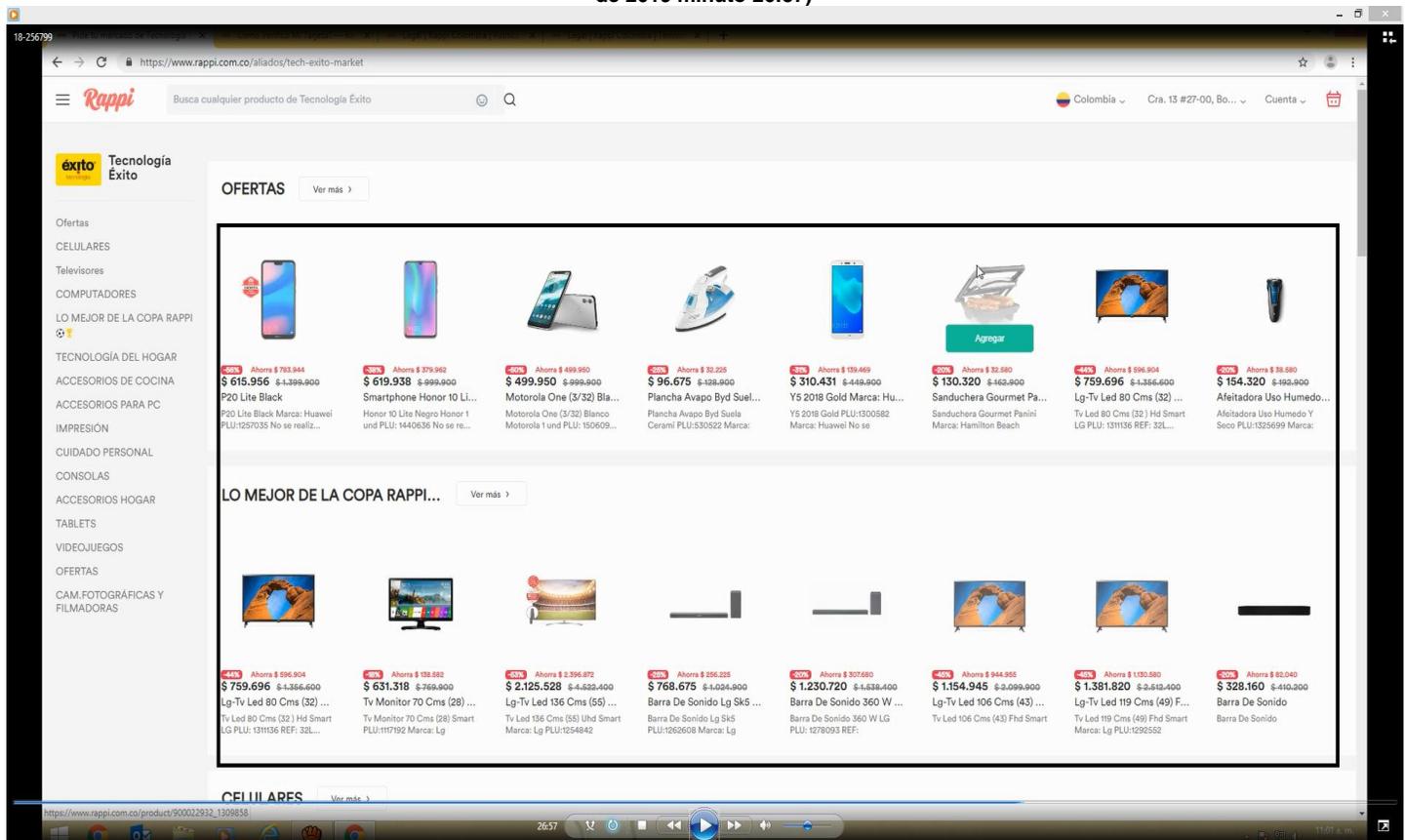
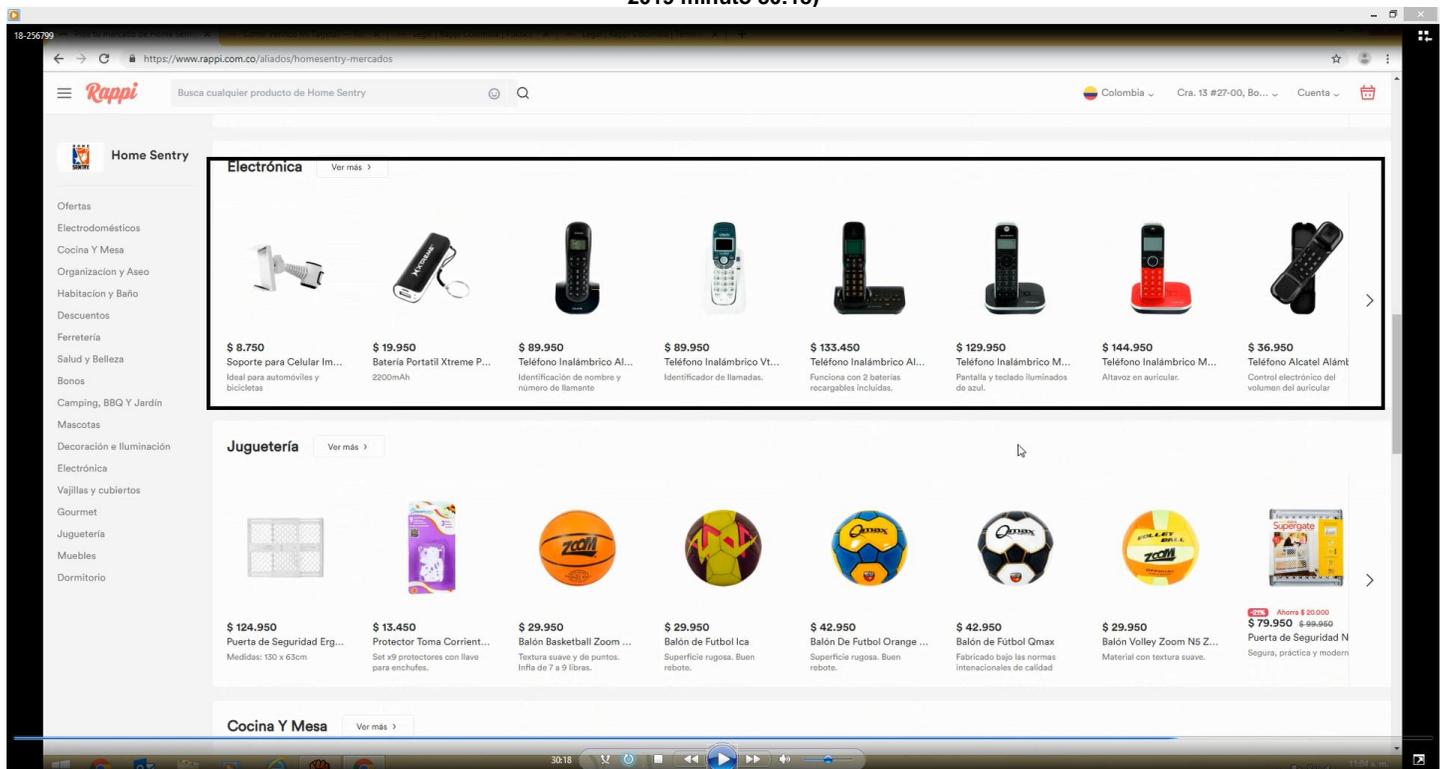


Imagen N° 74 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte se encuentra radicado con el N° 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 30:18)



“Por la cual se decide una actuación administrativa”

En ese orden, las manifestaciones encaminadas a indicar que no contempla tal prerrogativa porque en su plataforma se ofrecen son productos perecederos, no son de recibo por parte de este Despacho.

Ahora, en lo que se refiere a que tampoco aplicaría el retracto porque el *Rappitendero*, exterioriza la acción de adquisición de los productos de forma presencial, este Despacho debe reiterar que ésta no puede escudarse en dicha figura para desdibujar las ventas a distancias que se realizan a través de su plataforma ni puede pretender desconocer sus obligaciones legales bajo el argumento esgrimido, máxime cuando está acreditado con los elementos que obran en el plenario y el análisis del modelo de negocio del sujeto pasivo, que éste es un proveedor habitual de bienes y/o servicios a través de su comercio electrónico y tiene a su cargo no solo el ofrecimiento de los mismos sino también la entrega de lo que adquieren los consumidores, por lo que dichos procesos no pueden desarrollarse de manera aislada para perfeccionar la relación de consumo y por ello es que ésta para poder desarrollar cabalmente sus actividades, se prevalece de la figura de los *Rappitenderos* y por ello, es que éstos emplean una plataforma propia de la investigada, mediante la cual ésta les indica las condiciones de tiempo, modo y lugar para que se proceda a realizar la entrega efectiva de los bienes adquiridos y así, satisfacer la necesidad de consumo de los usuarios.

Asimismo y en lo que corresponde a que hay otros bienes que no son perecederos, tampoco son de recibo las manifestaciones respecto de que sobre éstos no aplica tal prerrogativa, toda vez que, dichos bienes son adquiridos a través de una venta a distancia y en la que el sujeto pasivo no solo se limita a conectar a los sujetos que intervienen en ella sino que es un proveedor habitual de los bienes y/o servicios que se ofrecen bien en la página web o bien mediante el aplicativo móvil.

Aunado a ello, tampoco son de recibo las manifestaciones encaminadas a indicar que dicha prerrogativa es un asunto entre el aliado comercial y el usuario, toda vez que como se ha expuesto en este acto administrativo, los consumidores frente a cualquier inconveniente o irregularidad que se de en el marco de la relación de consumo que se lleve a cabo a través de dicha plataforma, acuden es directamente ante la investigada, quien como indicó el representante legal, las atiende para darles una mejor experiencia de usuario y no ante los aliados comerciales.

Por otro lado y en lo que corresponde a la reversión de pago, tampoco son de recibo los argumentos expuestos por la investigada en su defensa, toda vez que como se advirtió en el acápite de consideraciones previas, ésta tenía y ejecutaba la facultad de atender y tramitar de forma directa dicha prerrogativa. En ese orden, resulta nuevamente importante traer a colación el siguiente elemento probatorio que reposa en el consecutivo número 18-238879 de 21 de septiembre de 2019, consistente en una cadena de correos surgidos entre el personal de la investigada y una consumidora, en el que se solicitó la reversión de pagos, así:

Imagen N° 75 (Cadena de correos electrónicos entre un consumidor y el área de soporte de *Rappi* allegados con la denuncia radicada con el N° 18-238879 de 21 de septiembre de 2018)



“[Rappi] Re: se canceló mi pedido y me cobraron (...)”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

(...Rappi)

¡Hola (...)

Gracias por escribirnos. Estamos trabajando para encontrar la solución juntos. Lamento la demora en dar respuesta a tu solicitud.

Entendemos tu molestia y queremos reiterar nuestras disculpas pues tu satisfacción es nuestra prioridad y todos los detalles que puedan afectar tu experiencia son muy importantes para nosotros, hemos revisado a fondo la información que nos proporcionas, y definitivamente tienes toda la razón.

Verificando tu orden he confirmado que se generó un problema sobre ella y a pesar de que no se entregó se generó un cobro, por lo cual te ofrecemos la mayor d las disculpas.

En este caso para hacer la respectiva devolución, te ofrecemos 2 formas.

3. **Transferencia:** En caso de que prefieras la consignación bancaria te pediría nos ayudes con una certificación bancaria de la cuenta en la cual deseas hagamos la transferencia bancaria. Esta tarda de 3 a 5 días hábiles.

4. **Reversión:** Este proceso tarda de 15 a 20 días hábiles.

Quedo atenta

¡Esperamos tu respuesta y deseamos que tengas un excelente día!”.

Imagen N° 76 (Cadena de correos electrónicos entre un consumidor y el área de soporte de Rappi allegados con la denuncia radicada con el N° 18-238879 de 21 de septiembre de 2018)

[Redacted] <astorquiza.88@gmail.com> 21 de agosto de 2018, 19:47
Para: Rappi <support+id1496461@rappicall.zendesk.com>

Hola [Redacted]

Te agradezco mucho por tu gestión.
He tratado todos estos días de ir a conseguir el certificado de la cuenta de ahorros pero la verdad es que no tengo el tiempo. Quisiera que entonces por favor hagan la reversión a mi tarjeta de crédito. Te pido que por fa me confirmes.

Gracias y saludos,
[El texto citado está oculto]

[Redacted]

Servicio al Cliente (Rappi) <support@rappicall.zendesk.com> 22 de agosto de 2018, 15:49
Responder a: Rappi <support+id1583741@rappicall.zendesk.com>
Para: [Redacted]

##- Por favor, escriba su respuesta por encima de esta línea -##



Servicio al Cliente (Rappi)

22 ago. 15:49 COT

¡Hola [Redacted]

Gracias por escribirnos.

Atendiendo a tu solicitud, te confirmamos que se te hará el reembolso a tu tarjeta de crédito, recuerda que este proceso se demora entre 15 a 20 días hábiles en reflejarse en tu cuenta dependiendo de tu entidad bancaria.

Recuerda que en Rappi mercamos por ti, te llevamos la comida de tus Restaurantes favoritos y cumplimos todos tus antojos.

¡gracias por la oportunidad y preferencia!

<https://mail.google.com/mail/u/0?ik=fc708b6042&view=pt&search=all&permthid=thread-f%3A1608190674464902566&simpl=msg-f%3A1608762090207308703&s...> 2/3

“(...) Hola (...)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Te agradezco mucho por tu gestión.

He tratado todos estos días de ir a conseguir el certificado de la cuenta de ahorros pero la verdad es que no tengo el tiempo. Quisiera que entonces por favor hagan la reversión a mi tarjeta de crédito. Te pido que por fa me confirmes.

Gracias y Saludos.

(...)

Servicio al Cliente (Rappi)

¡Hola (...)

Gracias por escribirnos.

Atendiendo a tu solicitud, te confirmamos que se te hará el reembolso a tu tarjeta de crédito, recuerda que este proceso se demora entre 15 a 20 días hábiles en reflejarse en tu cuenta dependiendo de tu entidad bancaria.

Recuerda que en Rappi mercamos por ti, te llevamos la comida de tus Restaurantes favoritos y cumplimos todos tus antojos.

¡Gracias por la oportunidad y preferencia! (...).”

Imagen N° 77 (Cadena de correos electrónicos entre un consumidor y el área de soporte de Rappi allegados con la denuncia radicada con el N° 18-238879 de 21 de septiembre de 2018)



“(...) para Rappi (...)

Hola buenos días,

Les escribo porque el 22 de agosto me confirmaron que se haría el reembolso de 80.000 pesos a mi tarjeta de crédito y que este tomaría entre 15 y 20 días hábiles. Hoy se cumplen 20 días hábiles y no han hecho el reembolso. Quisiera que por favor me informen por qué no se ha hecho y cuándo se hará.

Gracias (...).”

De lo anterior, entonces se puede advertir que la investigada es la que informa y procede a realizar el trámite de reversión de pagos contemplado en el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011. Aunado a ello y al revisar en su integridad el plenario, esta Dirección observó que el representante legal a través del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, allegó un documento denominado “anexo 8” contentivo de diez (10) solicitudes de reversión presentadas por los consumidores ante ésta y en los que ésta de manera directa realizó el trámite de la reversión de pagos; a modo de ejemplo, se procede a relacionar nuevamente las siguientes reversiones con su trámite correspondiente, así:

Imagen N° 78 (Anexo 8 allegado por el representante legal de la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

CASOS REVERSIONES

1) Pedido equivocado

DESCRIPCIÓN ORDEN 14689400

PRODUCTOS

Producto	Uni.	\$/U	Total	Comentarios
 McFlurry™ Oreo	1	\$ 9.400	\$ 9.400	Sin comentarios

DETALLES DE COSTOS

Productos Total:	\$ 9.400
Antojos Total:	\$ 0
Recargos por antojos:	\$ 0
Domicilio:	\$ 3.500
Propina:	\$ 0
Rappipay:	\$ 2.290 - APPROVED
Recargos:	\$ 0
Descuentos:	\$ 0
Rappi créditos:	\$ 0
Total:	\$ 12.900

Imagen N° 79 (Anexo 8 allegado por el representante legal de la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)

TICKET 1413307



Ana Rpo 25 jul, 15:13
 Article ID: 115002194694
 Order ID: 14689400



¿Qué producto te llegó diferente?

Product ID: 900006489_810001882
 Product Name: McFlurry™ Oreo
 Product Price: 9400.0
 Quantity: 1
 Toppings: [Extra topping de arequipe]

¿Cómo te gustaría que resolvamos tu problema?
 Reenvío de productos

Escribenos tu mensaje:
 me llevo oreo c9n fresas que de hecho soy alergica y no oreo con doble arequipe como lo pedi

Solución



Ana Rpo 27 jul, 13:45
 Buenas tardes porfavor a mi tarjeta de credito no me ibteresan rappicreditos con la terrible experiencia de hoy. Quedo atenta que me confirmen que quedo abonado a mi tarjeta



María Prieto 10 ago, 11:57 (asignar)
 ¡Hola!

Estamos muy agradecidos por tu pronta respuesta con la información.

De acuerdo a tu solicitud podrás ver el importe reservado en un plazo aproximado de 15 a 20 días hábiles.

¡Esperamos tu respuesta y deseamos que tengas un excelente día!

Imagen N° 80 (Anexo 8 allegado por el representante legal de la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

Reversión del cobro

		SOLICITUD DE AJUSTES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES						OPF-F-012 V2				
ÚNICAMENTE APLICA PARA TARJETAS MASTERCARD Y MAESTRO						CIUDAD						
En caso de presentarse inconsistencias en las transacciones a través del datafono el establecimiento debe diligenciar presente formato y hacerlo llegar vía correo electrónico, al buzón												
FECHA DE SOLICITUD AJUSTE		DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			DATOS DE LA TRANSACCION INICIAL				VALOR A CORREGIR (solo aplica si el ajuste es parcial)			
DD/MM/AA	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CODIGO UNICO	ULTIMOS 4 NUMEROS DE TARJETA	FECHA AAAA MM DD	NÚMERO DE APROBACIÓN	VALOR ORIGINAL DE LA COMPRA	TIPO DE AJUSTE TOTAL PARCIAL		VALOR DE LA NUEVA COMPRA	VALOR A DEVOLVER AL CLIENTE	VALOR BASE DEL IVA NUEVA COMPRA (si aplica)	VALOR IVA DE LA NUEVA COMPRA (si aplica)
23/09/2018	RAPPI SAS					10610	X					

Cordial saludo:

De acuerdo con su solicitud, confirmo que el(los) ajuste(s) queda(n) efectuados con fecha 24/09/2018.

Adicionalmente les informamos que las entidades financieras aplican los ajustes en las cuentas correspondientes la aplicación se debe informar a la Entidad Financiera.

Así mismo informamos que no es permitido cancelar la solicitud de ajuste una vez enviado el correo.

De las anteriores imágenes expuestas, se observa que la investigada relacionó en su anexo 8 del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, el caso anteriormente expuesto para demostrar que realizaba reversiones de pago.

Así, se pudo observar que, en este caso particular se dio dicho trámite con ocasión de un pedido equivocado, toda vez que el consumidor solicitó el producto "oreo con doble arequipe" y recibió "oreo con fresas", por lo que éste le indicó a la investigada que se hiciera la reversión a la tarjeta de crédito que no se hiciera a través de RappiCréditos, por lo que el área de soporte del sujeto pasivo le puso de presente que el valor se vería reflejado en la tarjeta en un plazo de 15 a 20 días hábiles.

Finalmente, se pudo observar que, efectivamente la investigada realizó la reversión de pagos y le informó al consumidor que la misma se había efectuado el 24 de septiembre de 2018.

Imagen N° 81 (Anexo 8 allegado por el representante legal de la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)

DESCRIPCIÓN ORDEN

PRODUCTOS

Producto	Unid.	S/U	Total	Comentarios
Antojo: Una pizza mitad calamares con espinaca y mitad Sara cortada en 8 pedazos y SIN PICANTE!!!!.Local:La Piazzeta de Fiavia & Michel				

DETALLES DE COSTOS

Productos Total:	\$ 0
Antojos Total:	\$ 0
Recargos por antojos:	\$ 0
Domicilio:	\$ 7.000
Propina:	\$ 0
Recargos:	\$ 7.000
Descuentos:	\$ 0
Rappi créditos:	\$ 0
Total:	\$ 7.000

TICKET 1390651

danielgz12 22 jul. 2017
Buenas noches, el día de ayer hice este pedido pero inmediatamente lo cancelé, no entiendo porque me cobraron ese monto y me gustaría un reembolso.

SOLUCIÓN

Sandra Escobar 24 jul. 18:55
(Hola danielgz12)
Es un gusto atenderte el día de hoy. 😊
Procederemos a la reversión del cargo en tu cuenta en este momento. Debes considerar que tu Banco puede requerir más tiempo para realizar el ajuste a la cuenta.
Recuerda que para nosotros eres lo más importante. 🍕

REVERSION

23/09/2018	RAPPI SAS		7000	X
------------	-----------	--	------	---

Cordial saludo:

De acuerdo con su solicitud, confirmo que el(los) ajuste(s) queda(n) efectuados con fecha 24/09/2018.

Adicionalmente les informamos que las entidades financieras aplican los ajustes en las cuentas correspondientes en un periodo entre cinco (5) a ocho (8) días hábiles, en caso de presentar algún inconveniente con la aplicación se debe informar a la Entidad Financiera.

Así mismo informamos que no es permitido cancelar la solicitud de ajuste una vez enviado el correo.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

De las anteriores imágenes expuestas, se observa que la investigada relacionó en su anexo 8 del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, el caso anteriormente expuesto para demostrar que realizaba reversiones de pago.

Así, se pudo observar que, en este caso particular se dio dicho trámite con ocasión de que se realizó un pedido, se canceló y aun así se generó un cobro, por lo que el consumidor solicitó al área de soporte de la investigada se realizara el reembolso de dicho valor.

En ese orden, el área de soporte del sujeto pasivo, le indicó al consumidor que realizaría la reversión del pago y que tuviera en cuenta que el banco podría requerir de más tiempo para realizar el ajuste a la cuenta.

Finalmente, se pudo observar que, efectivamente la investigada realizó la reversión de pagos y le informó al consumidor que la misma se había efectuado el 24 de septiembre de 2018.

Imagen N° 82 (Anexo 8 allegado por el representante legal de la investigada mediante el radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018)

DESCRIPCIÓN ORDEN – Cancelada con cargo al usuario 14455236

PRODUCTOS

Producto	Unid.	S/U	Total	Comentarios
 Cappuccino	1	\$ 2.500	\$ 2.500	Sin comentarios
 Croissant Salchicha	3	\$ 3.300	\$ 9.900	Sin comentarios

DETALLES DE COSTOS

Productos Total:	\$ 12.400
Antojos Total:	\$ 0
Recargos por antojos:	\$ 0
Domicilio:	\$ 5.000
Propina:	\$ 0
Recargos:	\$ 12.400
Descuentos:	\$ 5.000
Rappi créditos:	\$ 0
Total:	\$ 12.400

TICKET 1394076

carlos [redacted] 3 jul. 13:32
 Este pedido fue cancelado por el rappidero ya que no había el producto solicitado. Sin embargo lo veo cargado en mi tarjeta de crédito. Esto no debería haber pasado ya que el pedido fue cancelado porque no había los productos. Me pueden por favor hacer el reembolso a mi tarjeta de crédito.

SOLUCIÓN

[redacted] 4 jul. 15:40 (señal)
 Hola [redacted]
 Gracias por contactar al equipo de Rappi 😊. Estamos buscando la mejor solución.
 Hemos generado la solicitud para aplicar la solicitud de reversión de tu dinero te informo que este tiene un plazo de 15 días hábiles para que los veas reflejado en tu cuenta.
 Recuerda que en Rappi mercamos por ti, te llevamos la comida de tus Restaurantes favoritos y cumplimos todos tus antojos.
 ¡Lo que quieras en minutos! 🍕🍷
 [redacted]
 Customer Care | Rappi

REVERSION

COD. TRA.	NO. TARJETA	NO. COMPROMISORANTE	COD. AUTORIZACION	FECHA COMPROMISORANTE	VR. COMPRA O SERVICIO	VR. IVA	VR. BASE DEVOLUCION	VR. TOTAL	CUENTA DE DEPÓSITO	COD. ESTABLECIMIENTO	IMPUESTO AL CONSUMO	STATUS REGISTRO	FIL DEL PROCESO	FIL APLICACION	CIB. USUARIO	BANCO EMISOR
26	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	12400	0	0	12400	[redacted]	18017513	0	P	20180623	20180623	BAPO00240029	[redacted]

De la anterior imagen expuesta, se observa que la investigada relacionó en su anexo 8 del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, el caso anteriormente expuesto para demostrar que realizaba reversiones de pago.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Así, se pudo observar que, en este caso particular se dio dicho trámite con ocasión de que se solicitaron los productos “cappuccino” y “croissant salchicha”, pero que el *Rappitendero* canceló la orden porque ya no existían los productos solicitados y aun así se hizo el cargo a la tarjeta de crédito.

En ese sentido, el área de soporte le indicó que se aplicaría la reversión de pago y que el mismo se haría dentro del lapso de 15 días hábiles y el mismo se vería reflejado en la cuenta.

Finalmente, se pudo observar que, efectivamente la investigada realizó la reversión de pagos y le informó al consumidor que la misma se había efectuado el 24 de septiembre de 2018.

Así las cosas, se tiene que en este caso, la investigada es quien asume la responsabilidad frente a las solicitudes y trámites de reversiones de pago que presentan los consumidores, por lo que es claro que ésta reconoce la obligación legal que le asiste como plataforma de comercio electrónico, así se escude en el argumento expuesto por el representante legal suplente respecto de que realiza tales conductas para brindarle una mejor experiencia de usuario a los que hacen uso de su página web o de su aplicativo móvil.

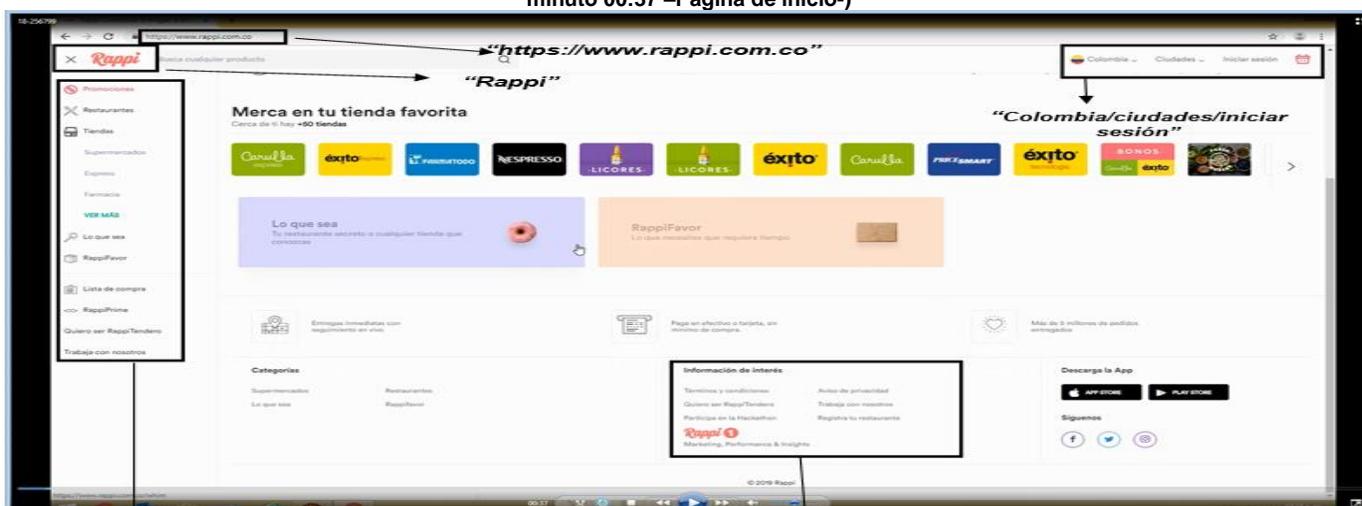
De tal manera y visto lo anterior, no son de recibo las manifestaciones expuestas por la investigada en sus escritos de defensa, respecto de que no le asiste la obligación legal que aquí es objeto de estudio.

Así las cosas y clarificado lo anterior, este Despacho procedió a revisar y a analizar los videos que soportan las visitas a la página web <https://www.rappi.com.co/>, cuya acta fue radicada con el número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 y el realizado respecto de la aplicación móvil “RAPPi”, cuya acta fue radicada con el número 18-256766-3 del 17 de julio de 2019 y advirtió que, ésta pese a realizar ventas a distancia a través de su plataforma de comercio electrónico, no les informó a los consumidores de manera previa a la aceptación de la oferta el derecho de retracto que les asiste ni los términos para su ejercicio de conformidad con lo que establece el artículo 47 del Estatuto del Consumidor, sino que por el contrario indicó que el mismo no aplicaba, porque los bienes comercializados en su plataforma correspondían a bienes perecederos.

Aunado a ello y al revisar en su integridad dichas visitas de inspección, se advirtió igualmente que ésta no les informó a los consumidores pese a realizar ventas a distancia a través de su plataforma de comercio electrónico, de forma previa a la aceptación de la oferta el derecho de reversión de pagos y su términos de ejercicio, de conformidad con lo que establece el artículo 51 del Estatuto del Consumidor.

De esta forma y como sustento de lo anterior, resulta importante traer a colación algunas de las imágenes de dichos videos, a modo de ejemplo, se expone lo siguiente:

Imagen N° 83 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 00:37 –Página de inicio-)



“Promociones
Restaurantes
Tiendas
Supermercados
Express
Farmacia
Ver más
Lo que sea
Rappifavor
Lista de compras
RappiPrime
Quiero ser Rappitendero
Trabaja con nosotros”.

“Información de interés
Términos y condiciones
Aviso de Privacidad
Quiero ser Rappitendero
Trabaja con nosotros
Participa en la Hackaton
Rappi 1
Marketing, performance & insights”

Imagen N° 84 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 00:45 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

Colombia

Rappi, Inc.

Términos y Condiciones de Uso de Plataforma "Rappi"

ASPECTOS GENERALES

INFORMACIÓN

RAPPI S.A.S. es una sociedad constituida conforme a las leyes colombianas, identificada con NIT: 900843898-9, con domicilio en la ciudad de Bogotá D.C., que para los efectos de los presentes términos se denominará EL OPERADOR.

NATURALEZA JURÍDICA

Los presentes términos y condiciones de uso regulan la relación contractual de carácter comercial que une a los Consumidores que acceden a la plataforma virtual y al OPERADOR, especialmente en la autorización de uso que otorga éste en favor de aquel.

DEFINICIONES

Mensajes 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 (Ley 527 de 1999 art. 2 lit. a).

Comercio Electrónico: Comprende el envío, transmisión, recepción, almacenamiento de mensajes de datos por vía electrónica. Las dudas que surjan respecto de la eficacia y validez de los mensajes de datos y demás actividades vinculadas al comercio electrónico se interpretarán de conformidad con la ley 527 de 1999.

Cookies: Cadenas de texto enviadas virtualmente que son almacenadas por el uso de La Plataforma por el Operador, para la consulta de las actividades y preferencias de los usuarios.

- Términos y Condiciones de Uso de Plataforma "Rappi"
- Política de Protección y Tratamiento de Datos Personales Rappi S.A.S y Manual de Manejo de Bases de Datos

Imagen N° 85 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 1:06 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

Consumidores: Toda persona natural que, como destinatario final, use La Plataforma para solicitar por medio de ésta un mandato remunerado, cuyo encargo consiste en la celebración de un contrato de compraventa o cualquier otro tipo de contrato lícito, con el fin de adquirir bienes o servicios.

Mandatario: Persona natural que acepta realizar la gestión del encargo solicitado por el Consumidor a través de la Plataforma.

Operador de La Plataforma: Encargado de administrar operativamente y funcionalmente la Plataforma, representado para los efectos de los presentes términos por RAPPI S.A.S., o por la persona natural o jurídica que ésta designe.

Contrato de mandato remunerado celebrado por medios electrónicos: Aquel acuerdo de voluntades celebrado entre el Consumidor y el Mandatario, por medio del cual el Consumidor solicita, a través de la Plataforma, la gestión de un encargo al mandatario, obligándose este último a cumplir con dicho encargo por cuenta y riesgo propia del Mandatario, a cambio de recibir una remuneración como contraprestación.

Datos personales: Es toda información que permite identificar o hacer identificable a una persona física.

Interacción en La Plataforma: Facultad de acceso por parte de los Consumidores para conocer los productos y servicios exhibidos por el OPERADOR, la publicidad puesta a disposición en la Plataforma y manifestar su voluntad de solicitar un encargo.

Mayor de edad: Persona natural mayor de dieciocho (18) años.

Mensajes de texto (SMS): Todas las comunicaciones y/o notificaciones enviadas por Rappi por medio de mensaje de texto (SMS) serán enviadas desde el número 85877. Adicionalmente, Rappi podrá comunicarse con el usuario a través de otros canales como Whatsapp y cualquier otro medio de acceso al usuario siempre y cuando éste haya compartido la información con Rappi mediante su previa autorización a la Política de tratamiento de datos personales. Rappi únicamente será responsable por las comunicaciones y/o notificaciones enviadas desde este número y/o canales adicionales que establezca para dicho fin. Rappi no será responsable frente al usuario o terceros, por mensajes y comunicaciones enviadas desde canales que Rappi no reconozca como propios.

Pasarela de pagos: Servicio que permite la realización de pagos por parte de los Consumidores directamente a los Mandatarios, a través de medios electrónicos utilizando plataformas tecnológicas (software).

La Plataforma: Aplicativo web y móvil administrado por el OPERADOR, que permite la concurrencia de

Imagen N° 86 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 1:26 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

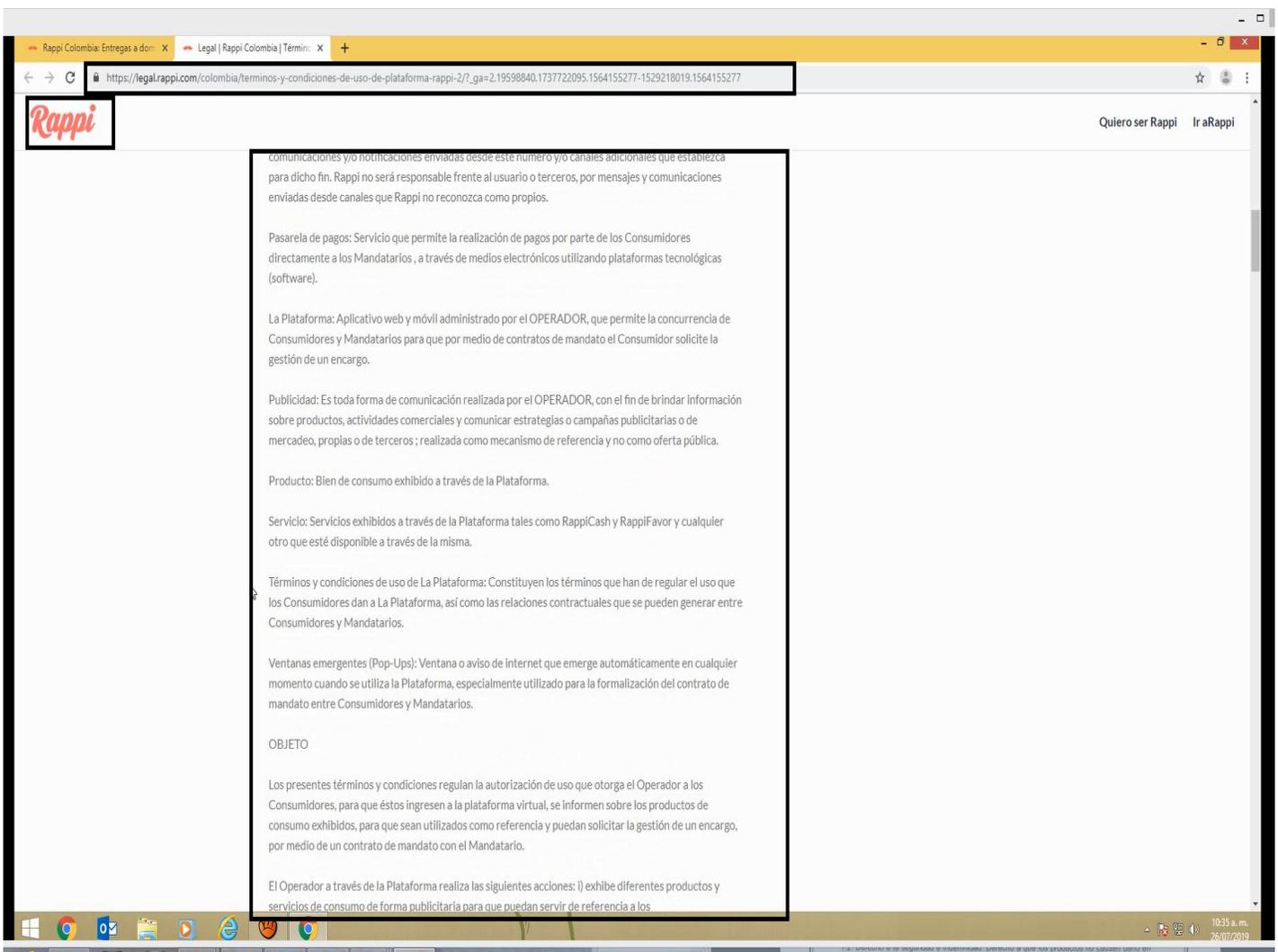


Imagen N° 87 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 1:36 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

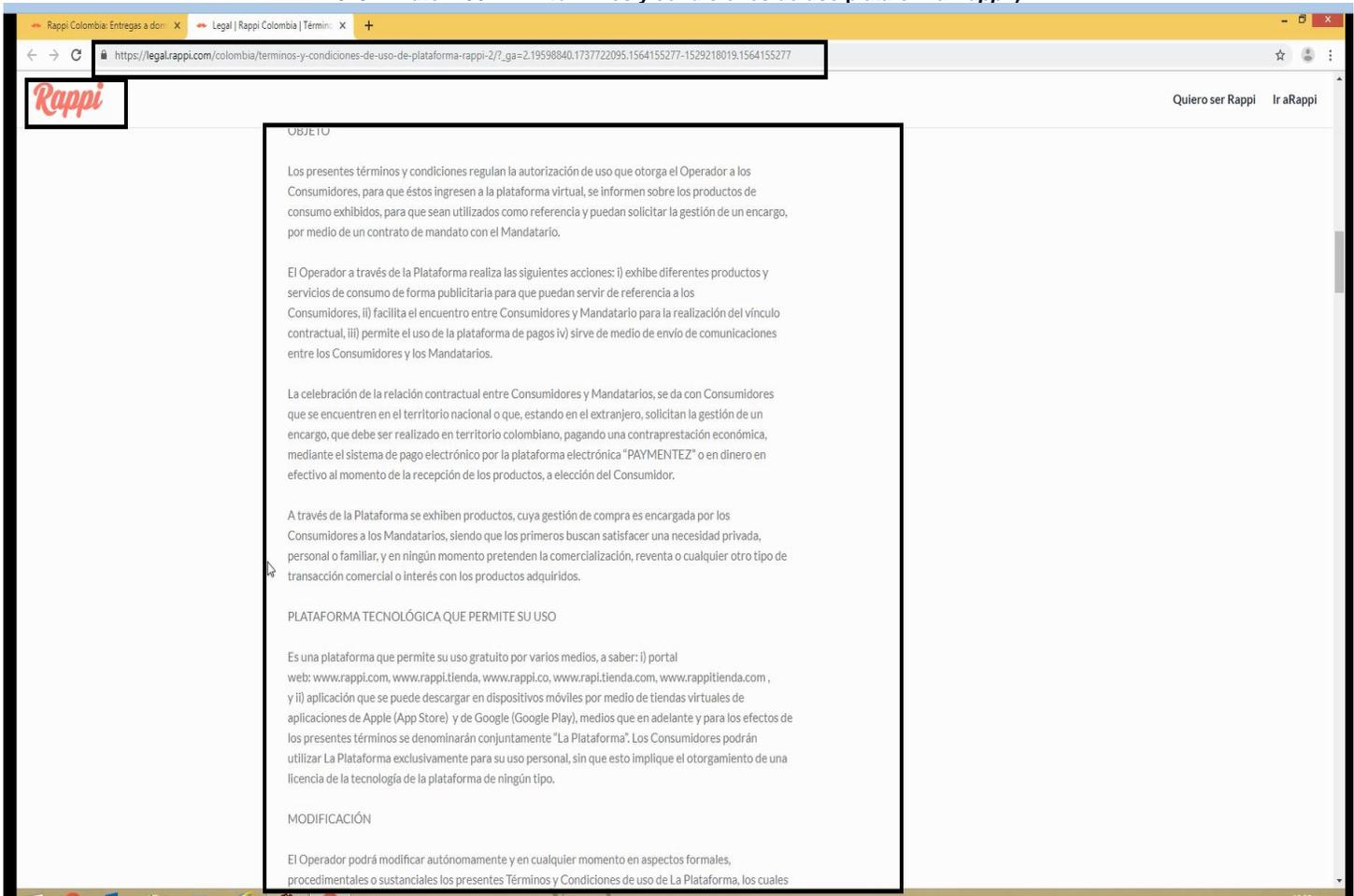


Imagen N° 88 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 1:52 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

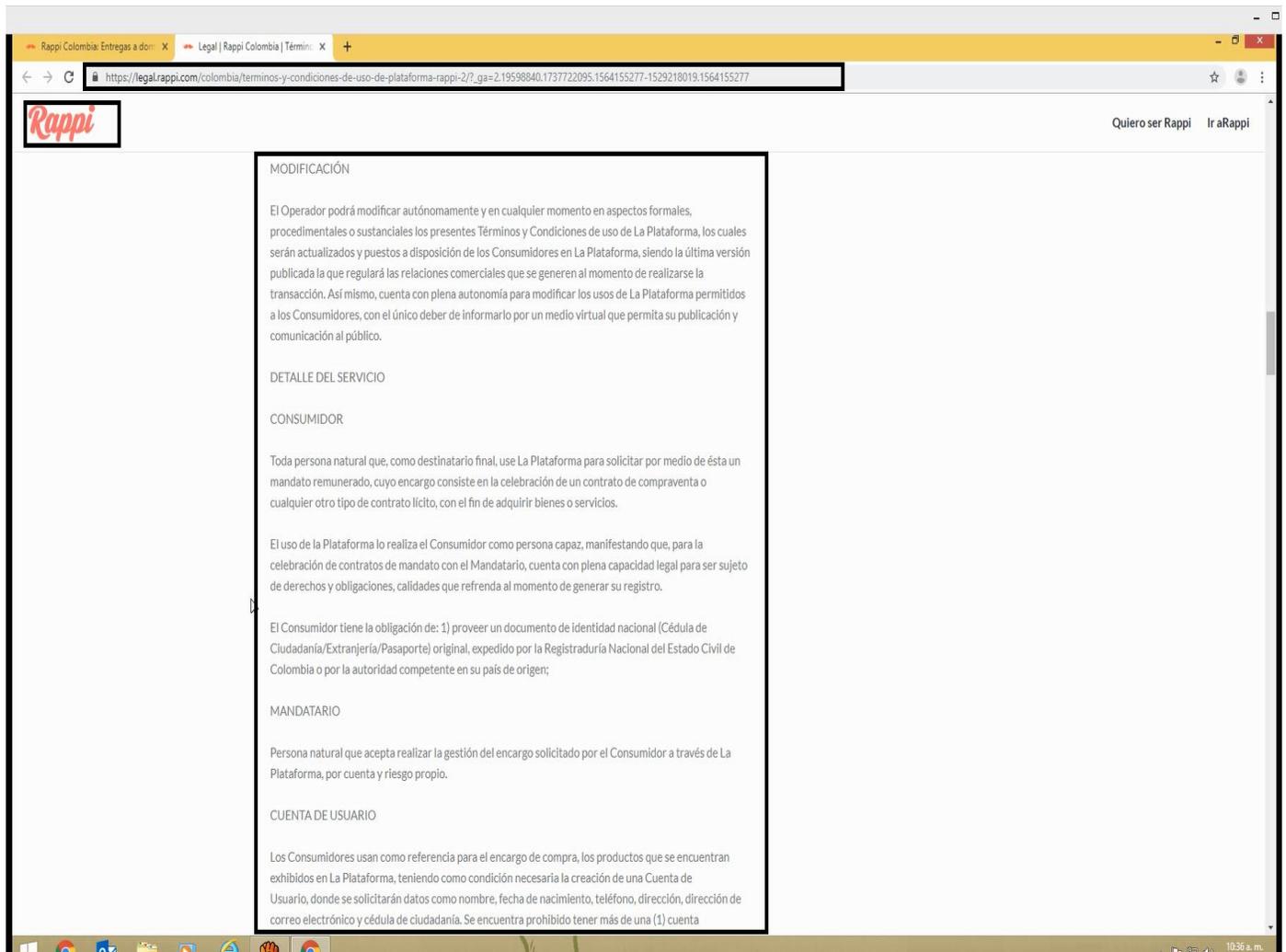


Imagen N° 89 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 2:12 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

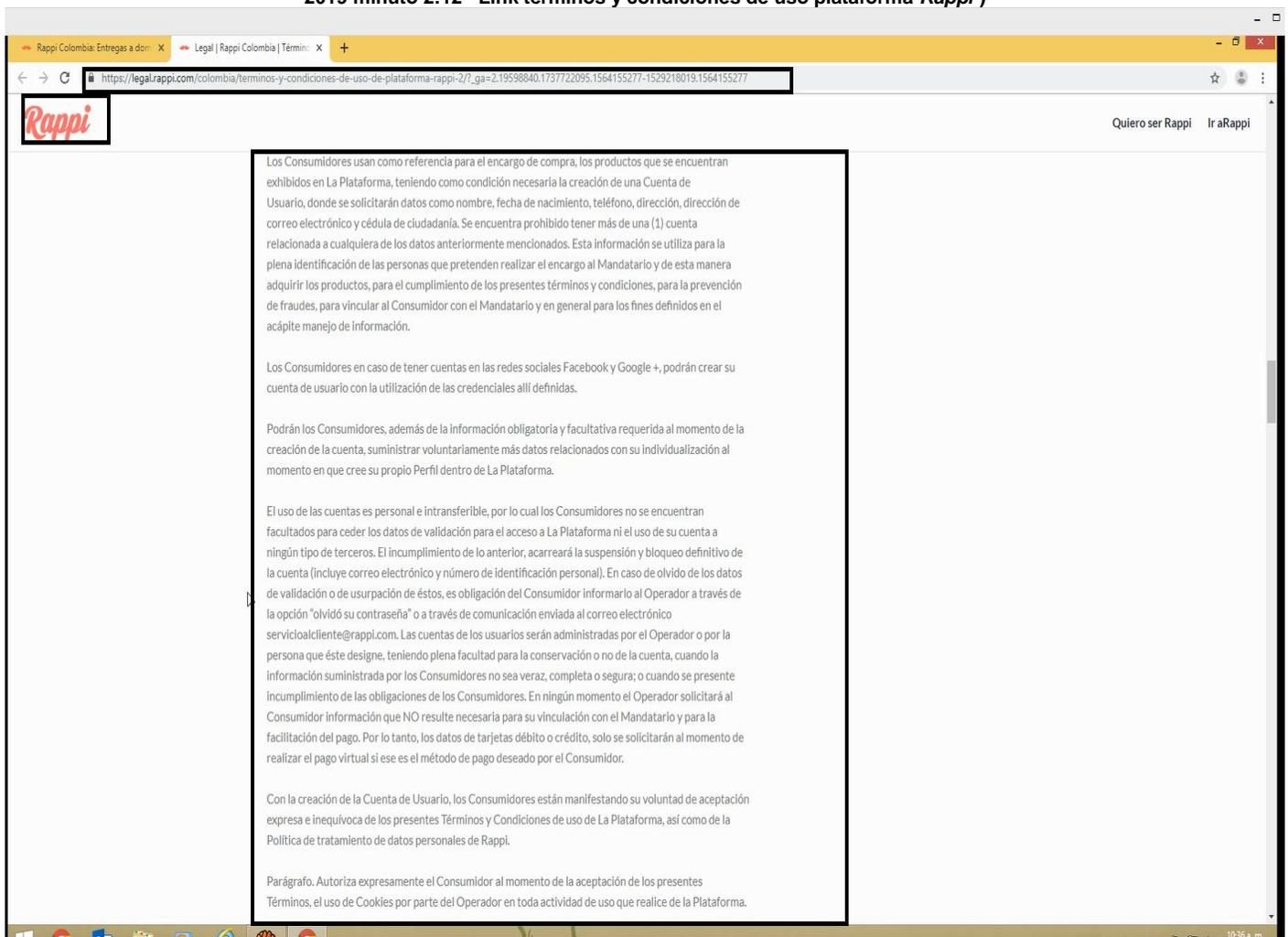


Imagen N° 90 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 2:35 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

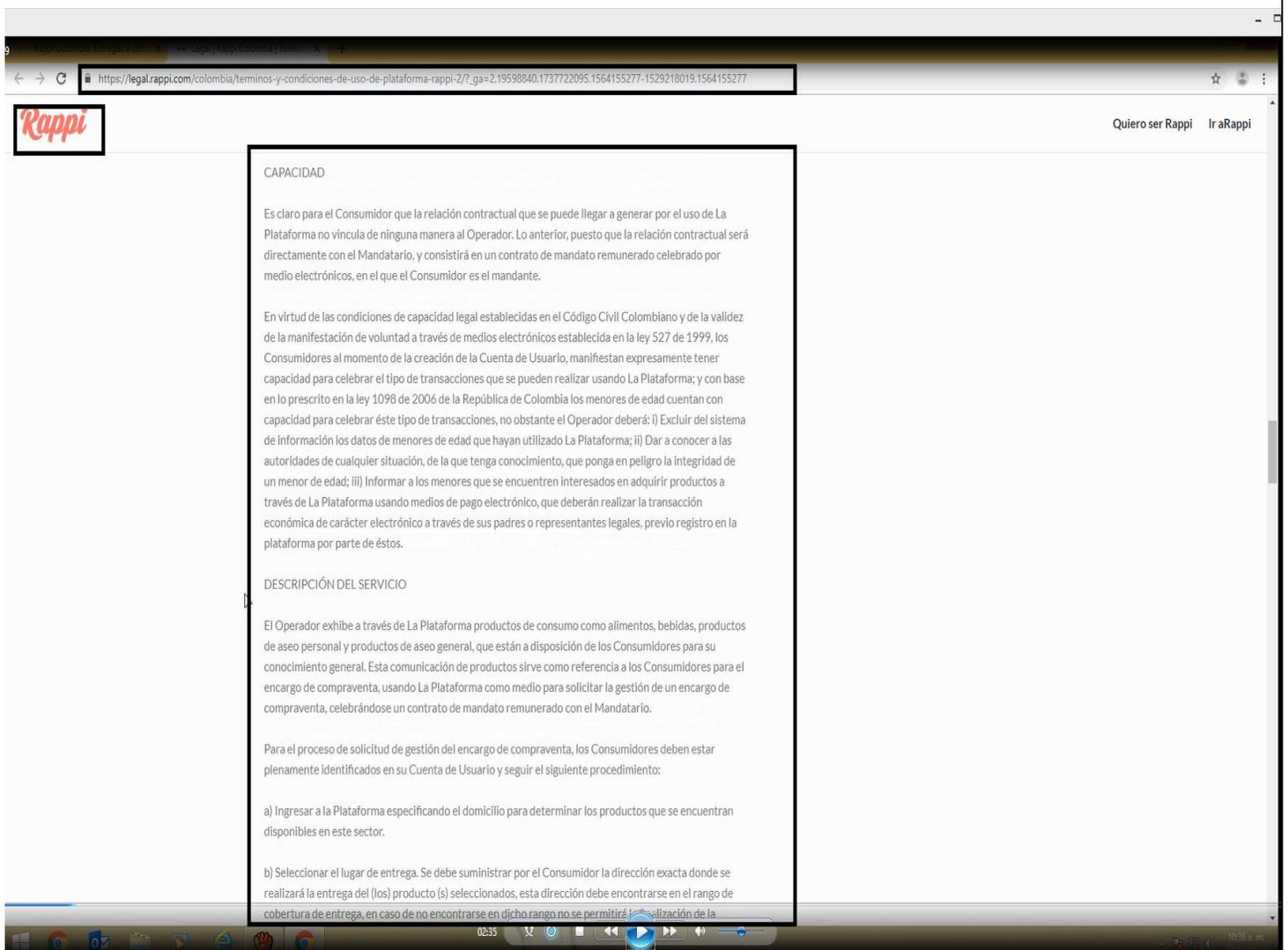


Imagen N° 91 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 2:55 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

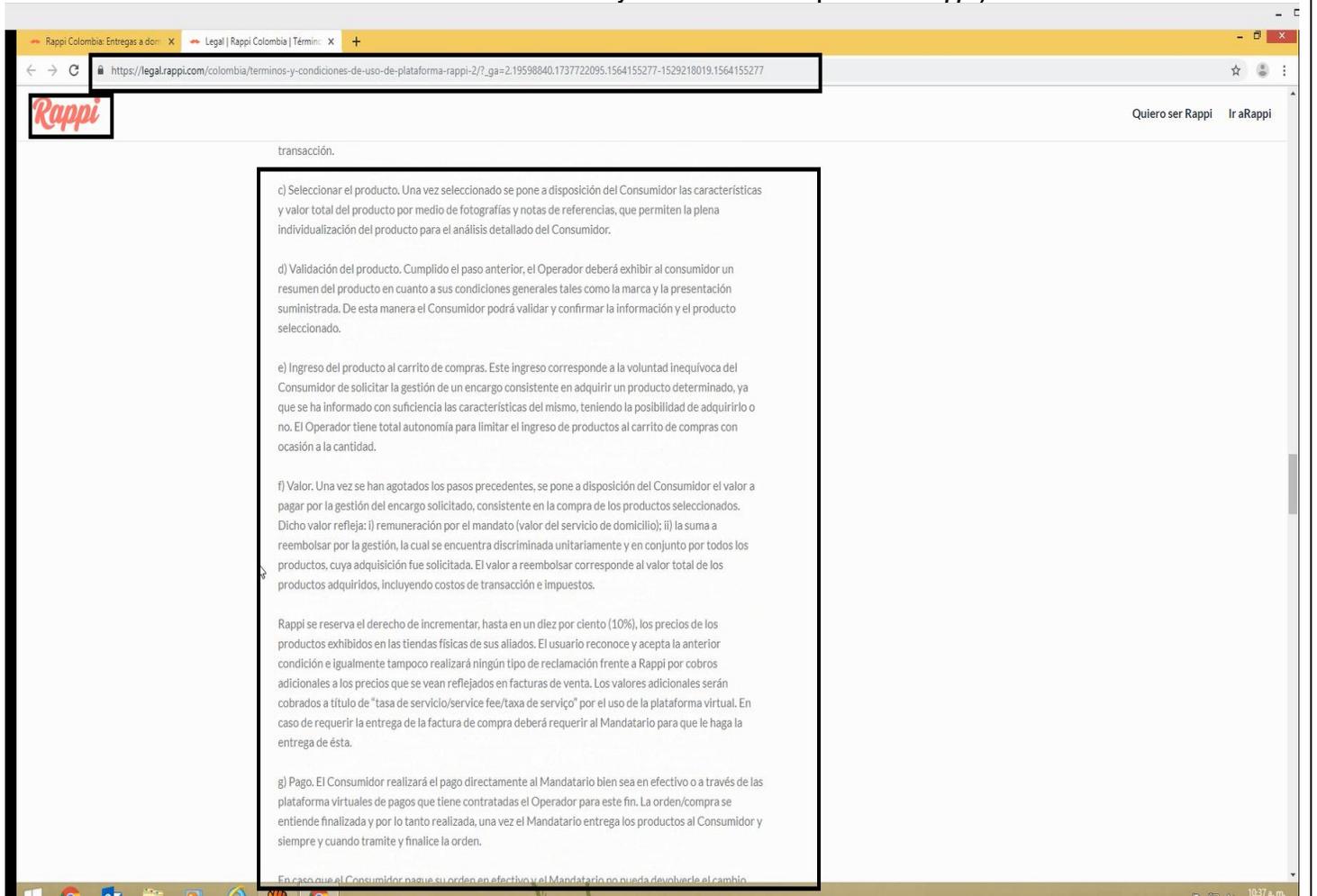


Imagen N° 92 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 3:09 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

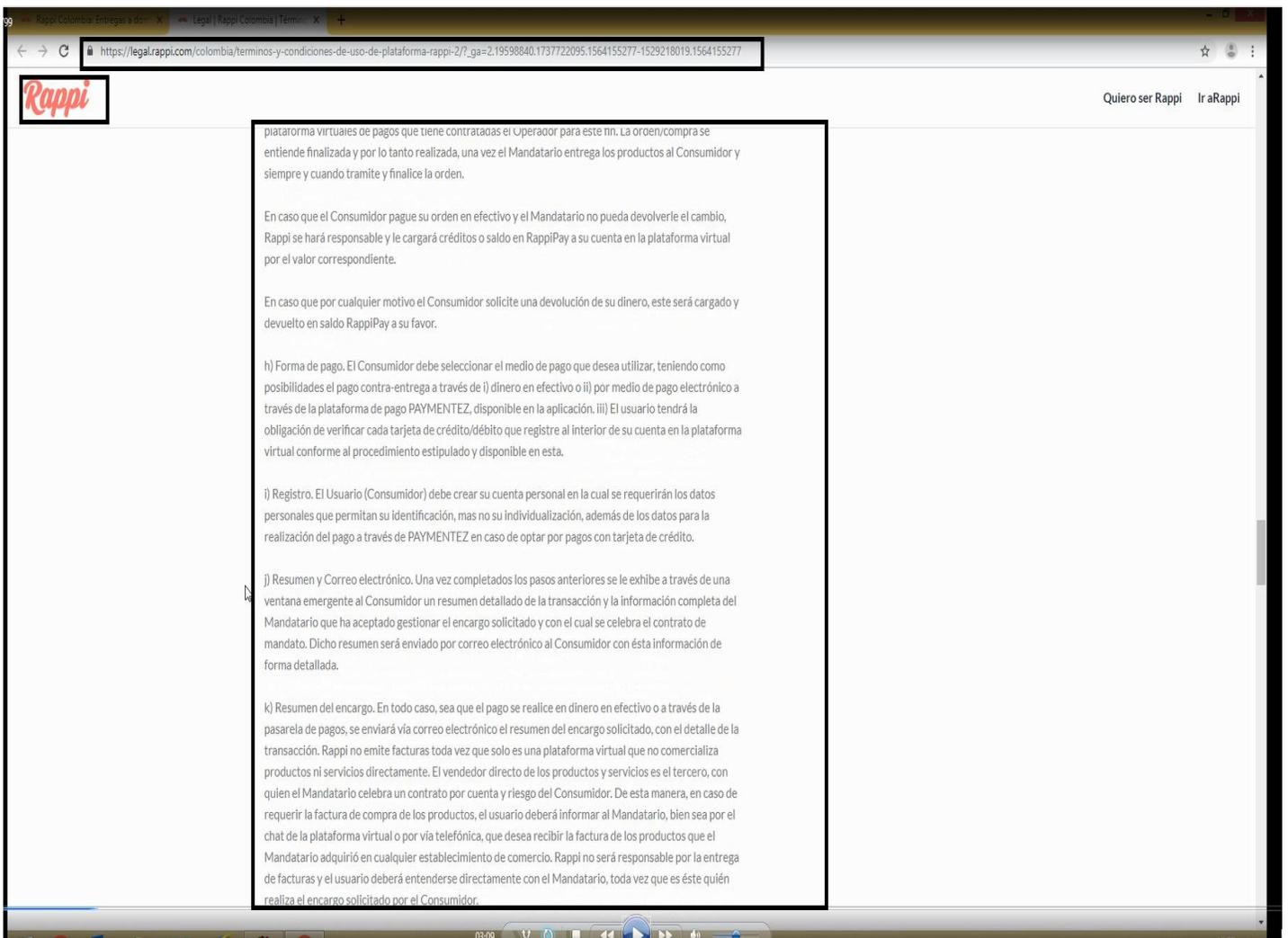


Imagen N° 93 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 3:27 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

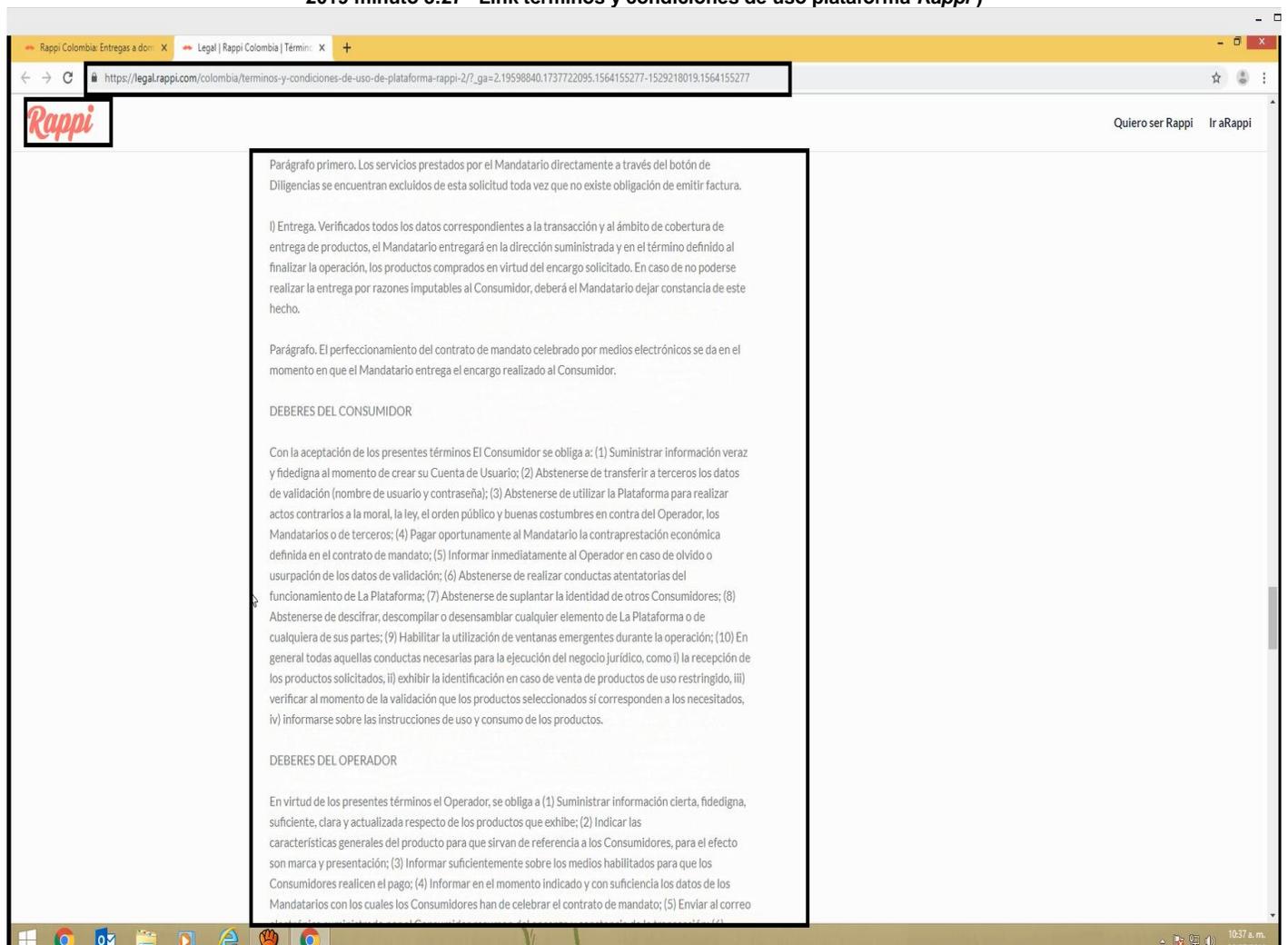


Imagen N° 94 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 3:42 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

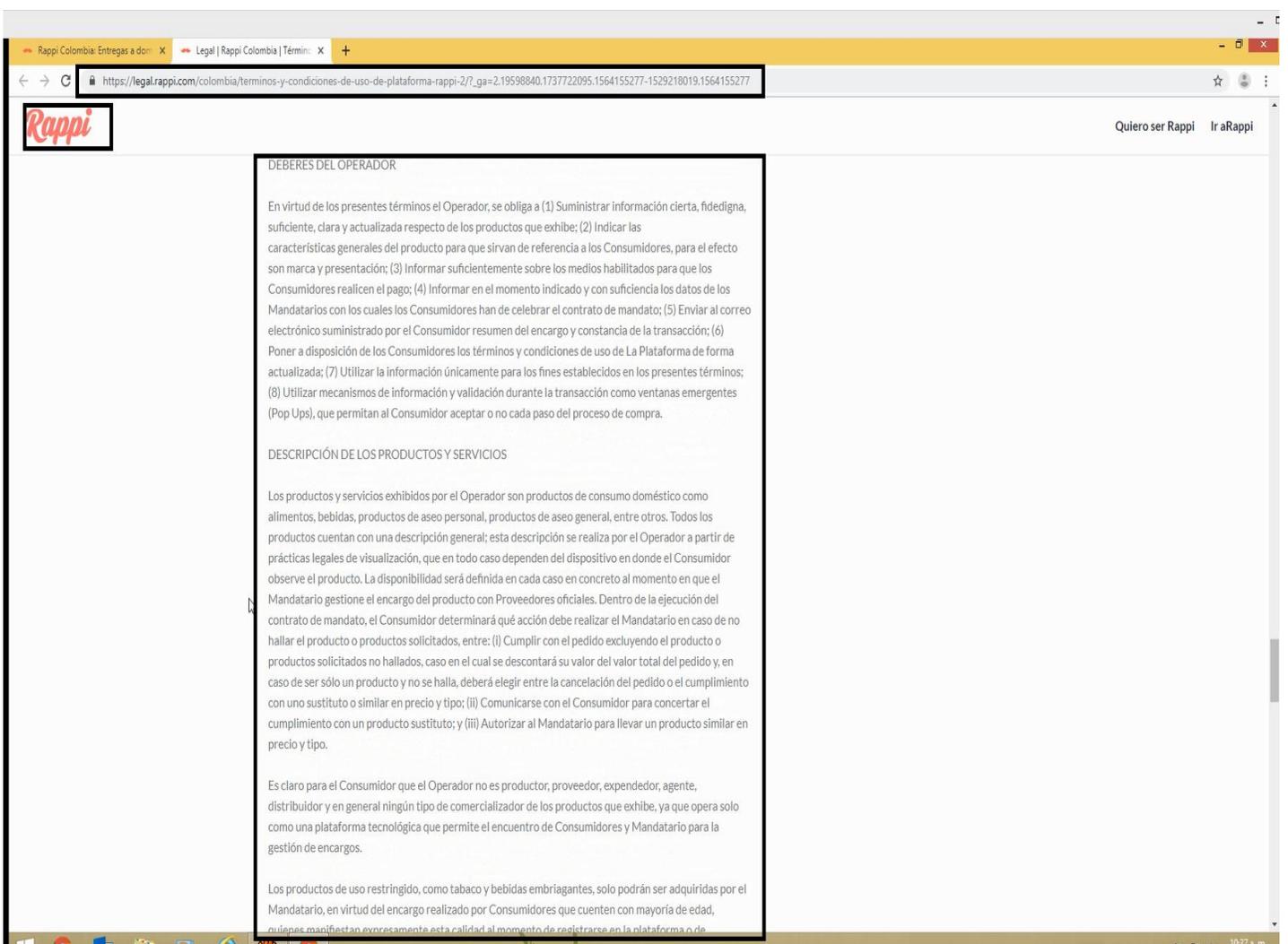


Imagen N° 95 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 4:07 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

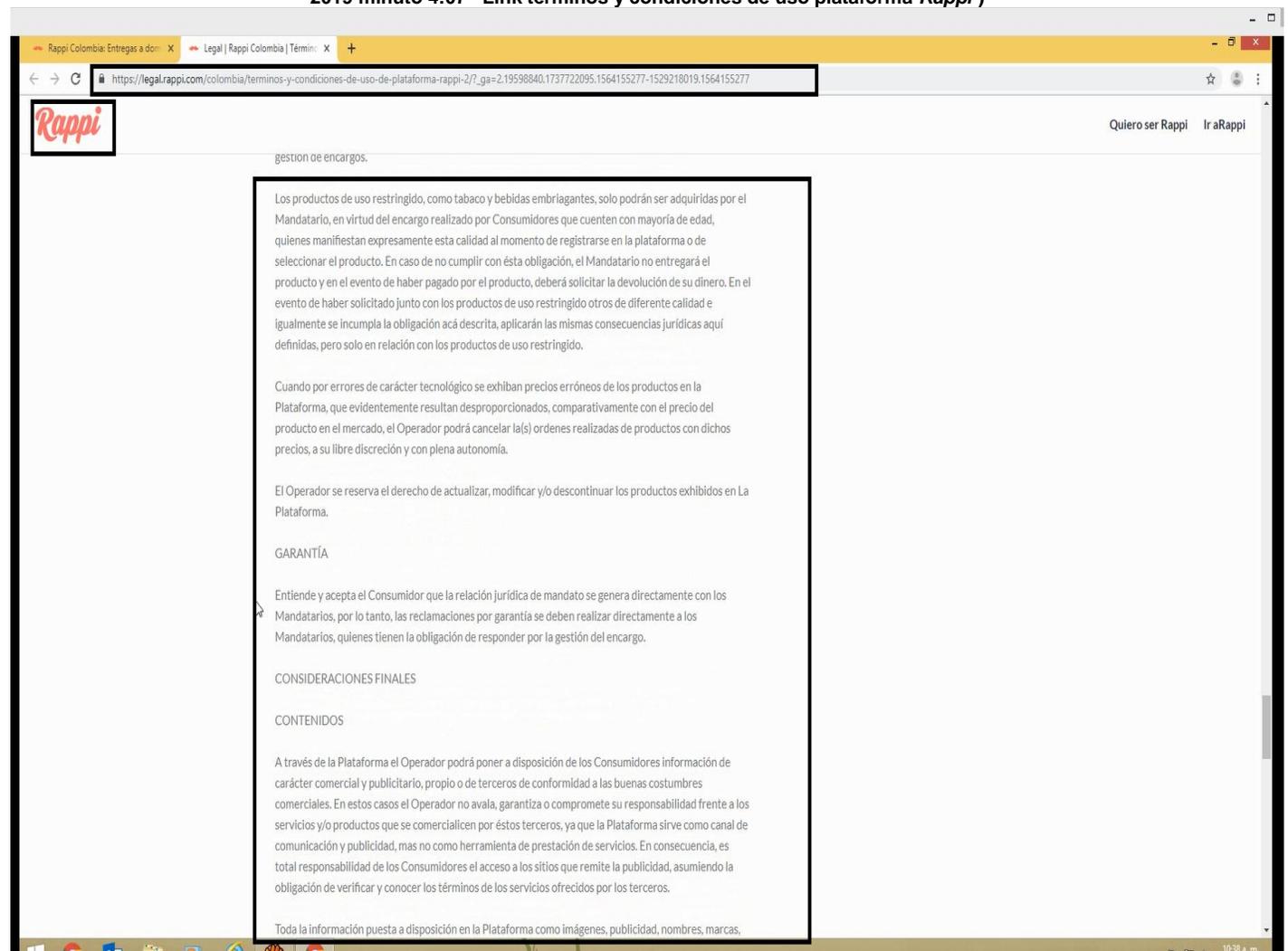


Imagen N° 96 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 4:07 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

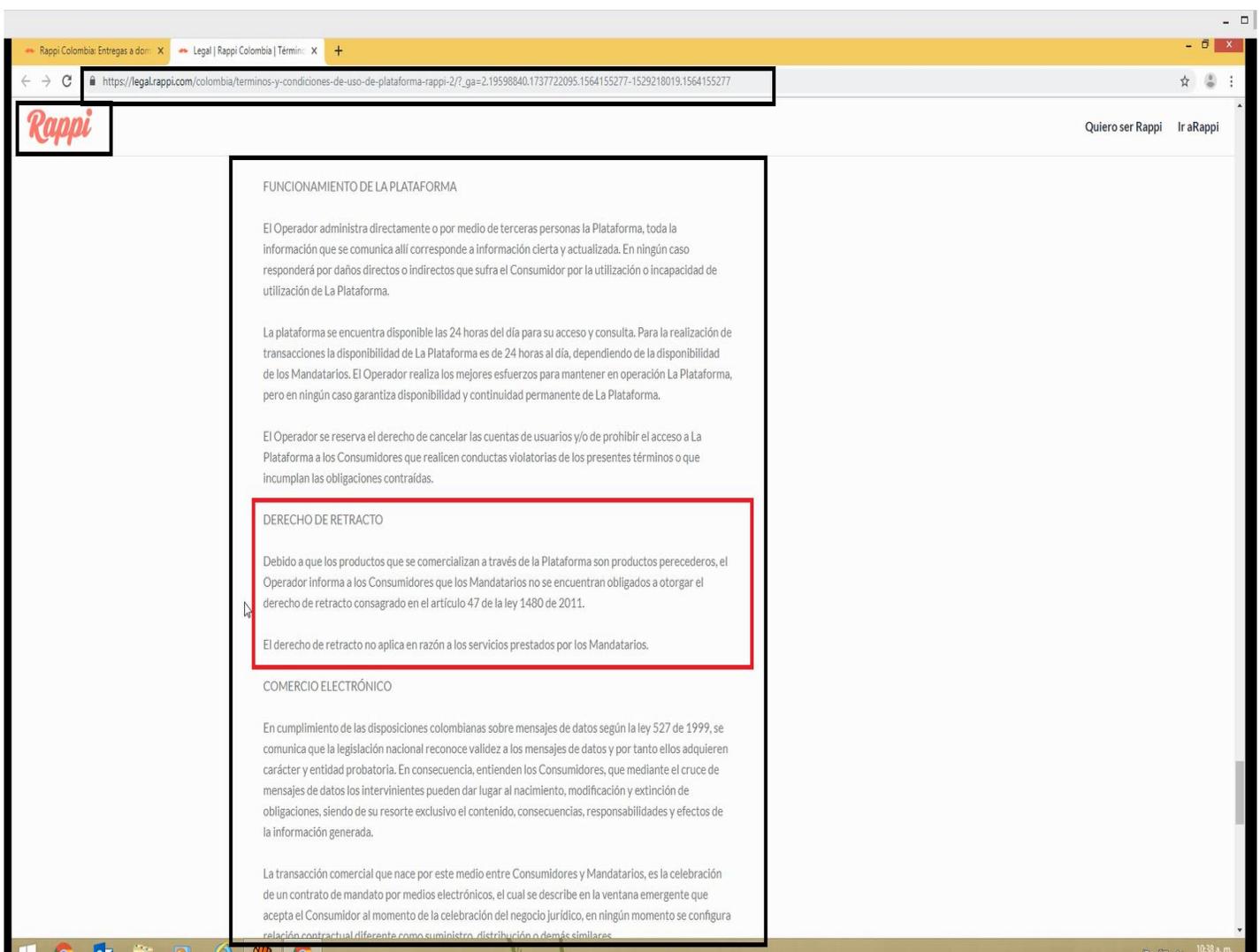


Imagen N° 97 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 4:07 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

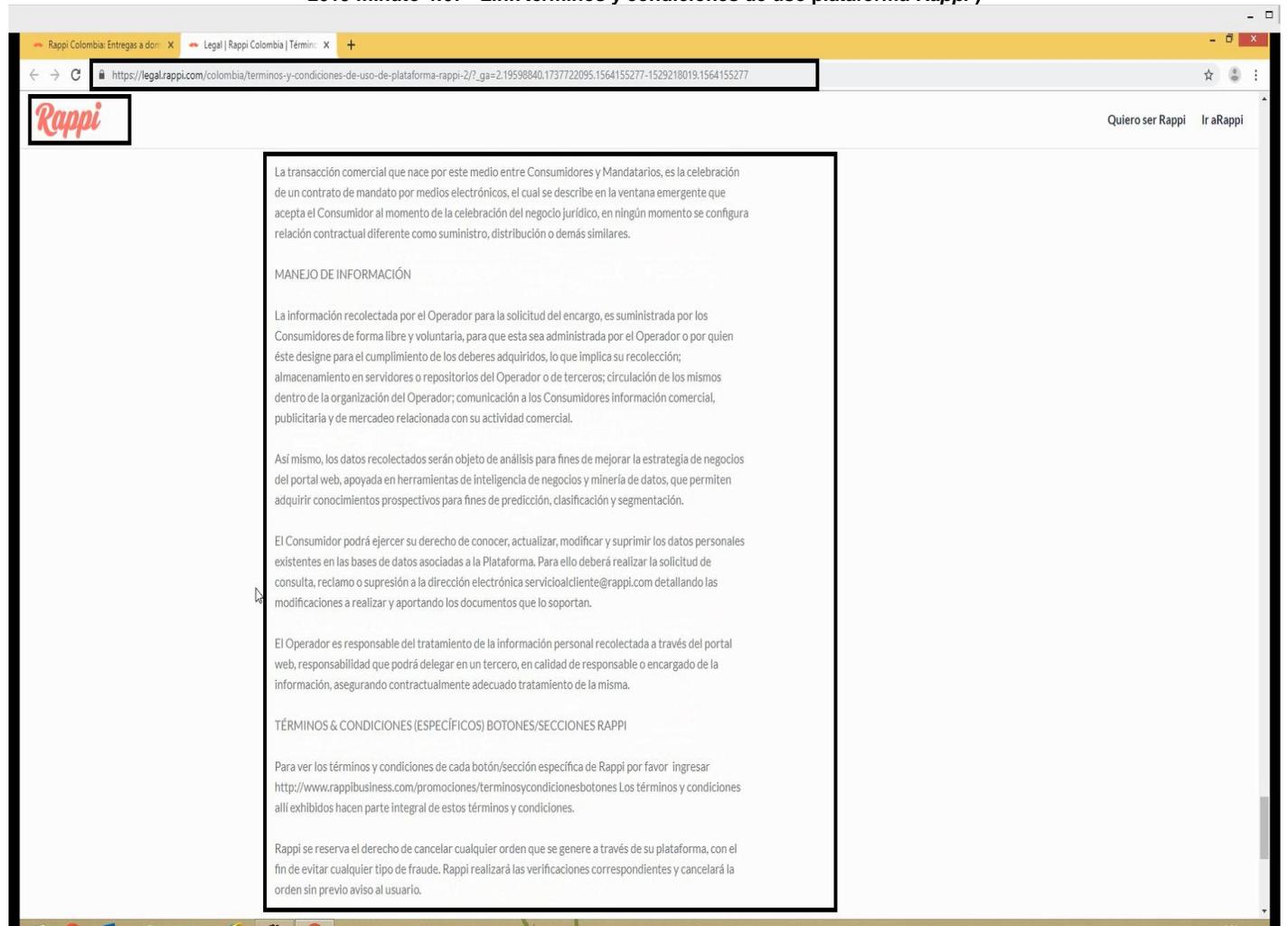


Imagen N° 98 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 5:08 –Link términos y condiciones de uso plataforma Rappi-)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

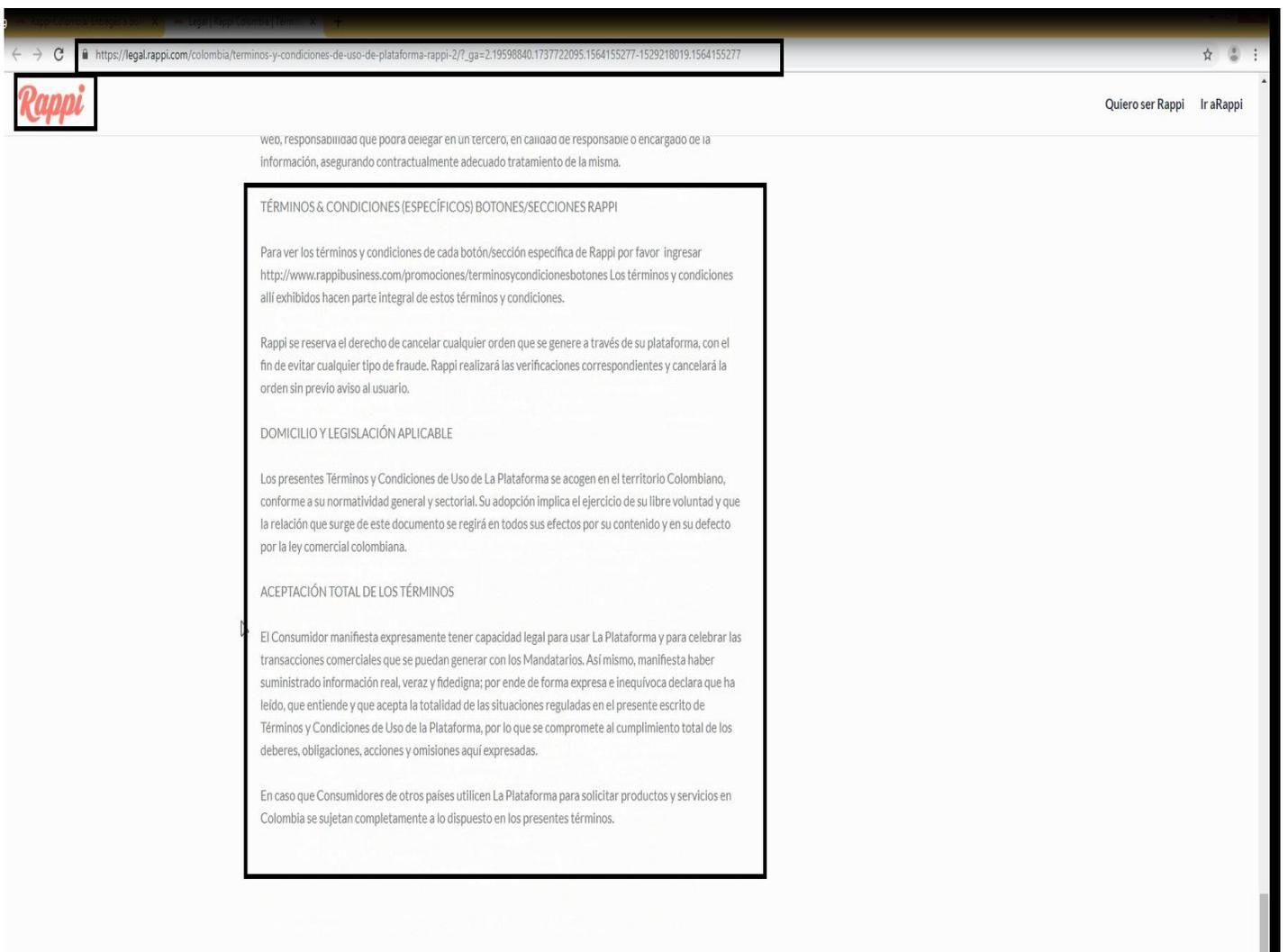


Imagen N° 99 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 23:02 –selección de productos para realizar la compra)

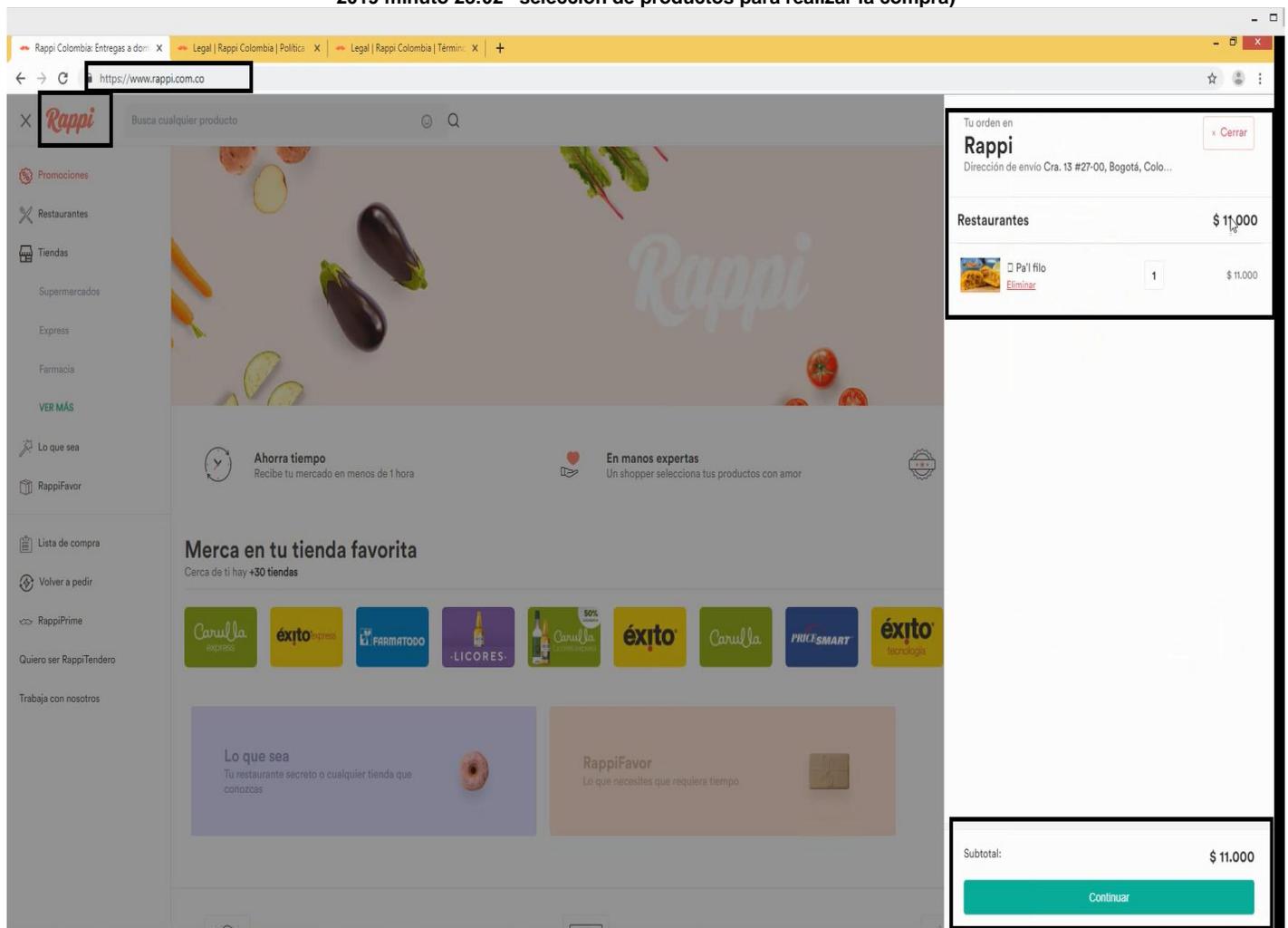


Imagen N° 100 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 23:11 –checkout momento previo a hacer pedido)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

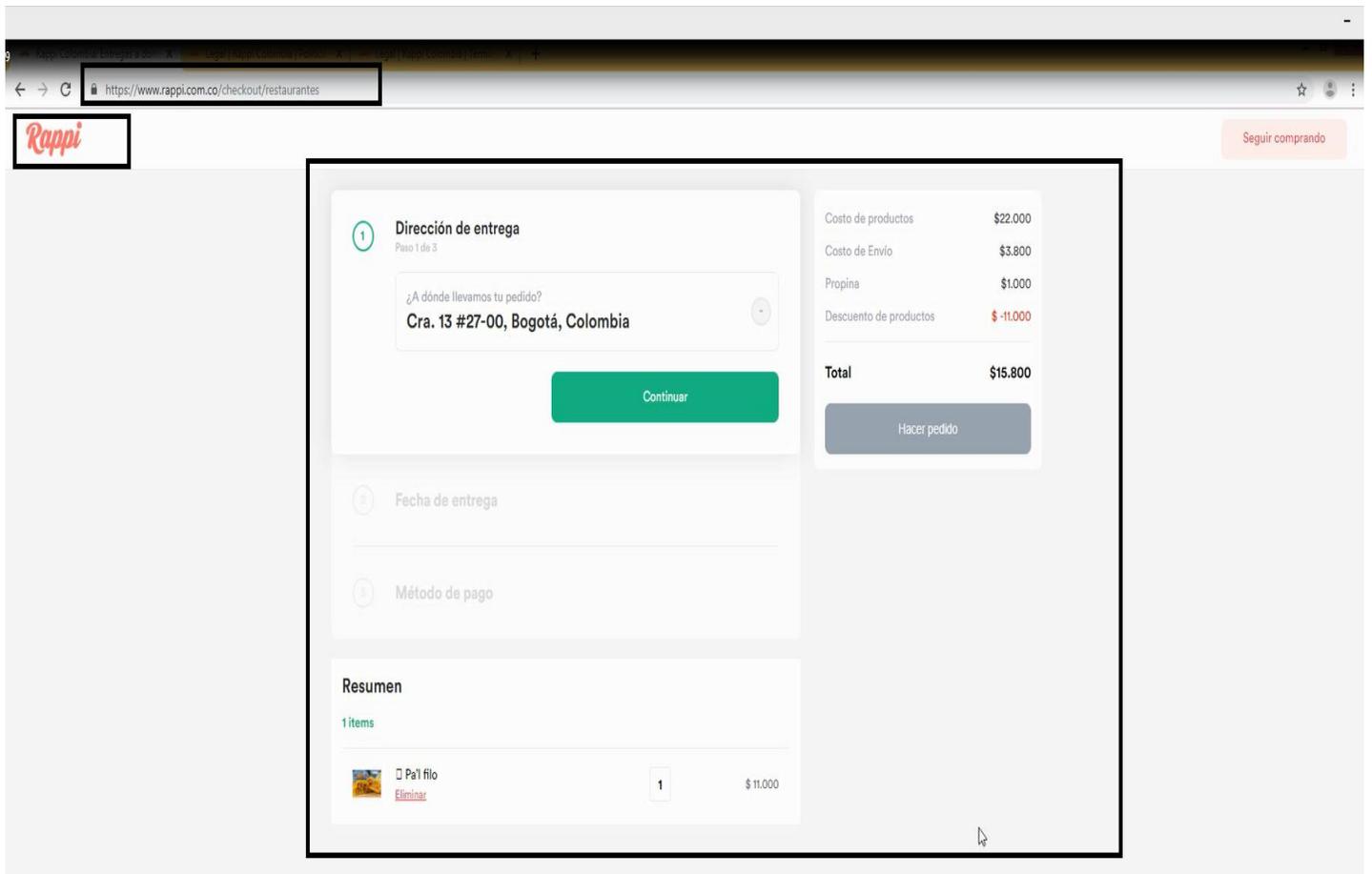


Imagen N° 101 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-3 del 17 de julio de 2019 minuto 1:02 –aplicativo móvil)

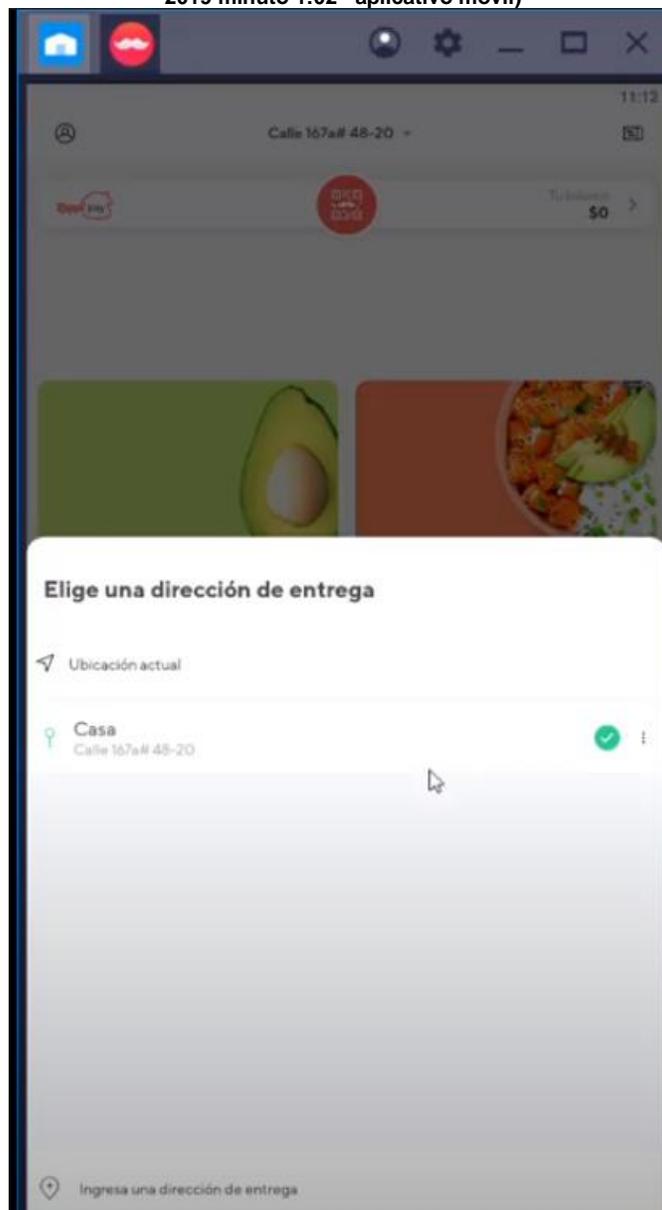


Imagen N° 102 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-3 del 17 de julio de 2019 minuto 1:51 –aplicativo móvil/página principal)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

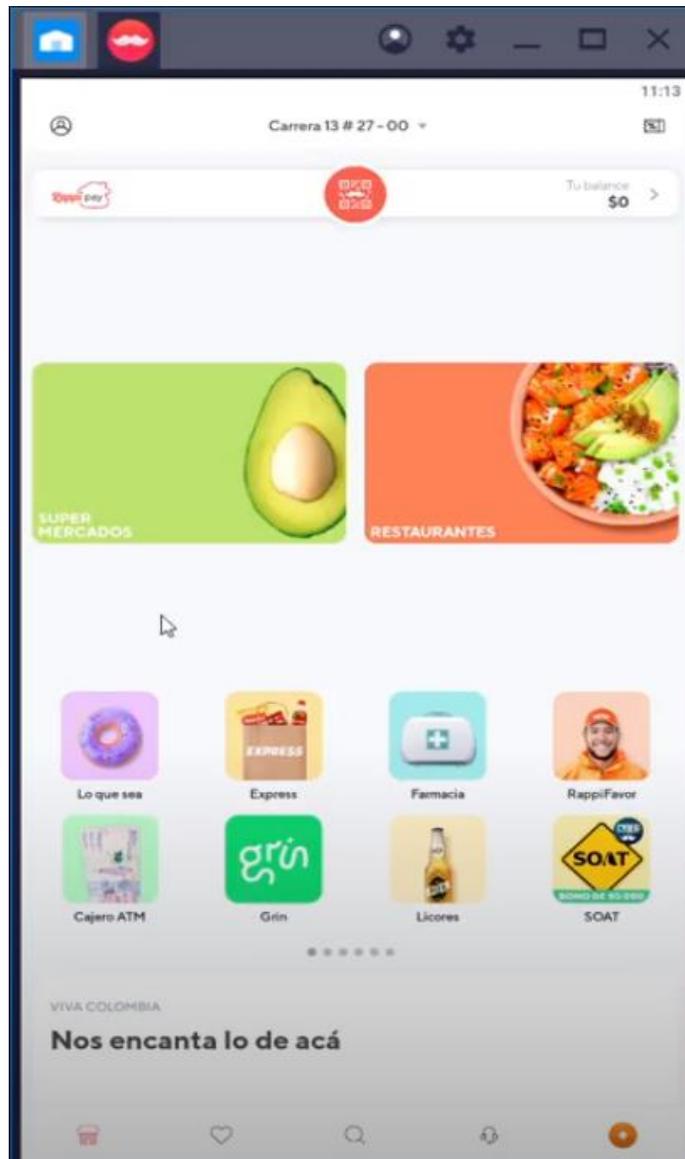


Imagen N° 103 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-3 del 17 de julio de 2019–aplicativo móvil/crear pedido)

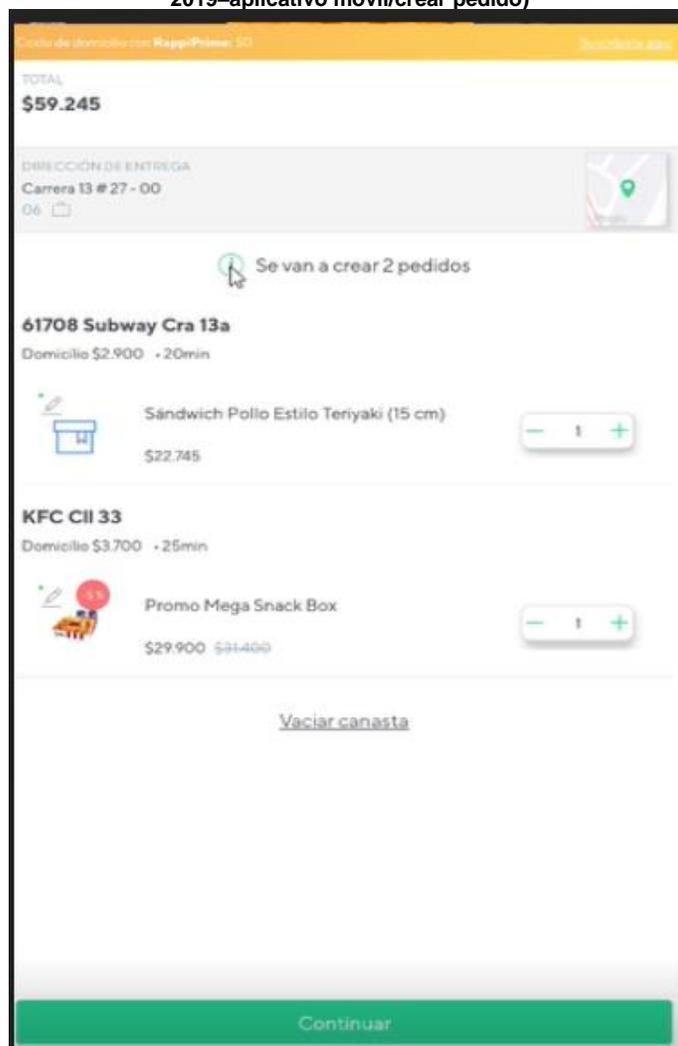
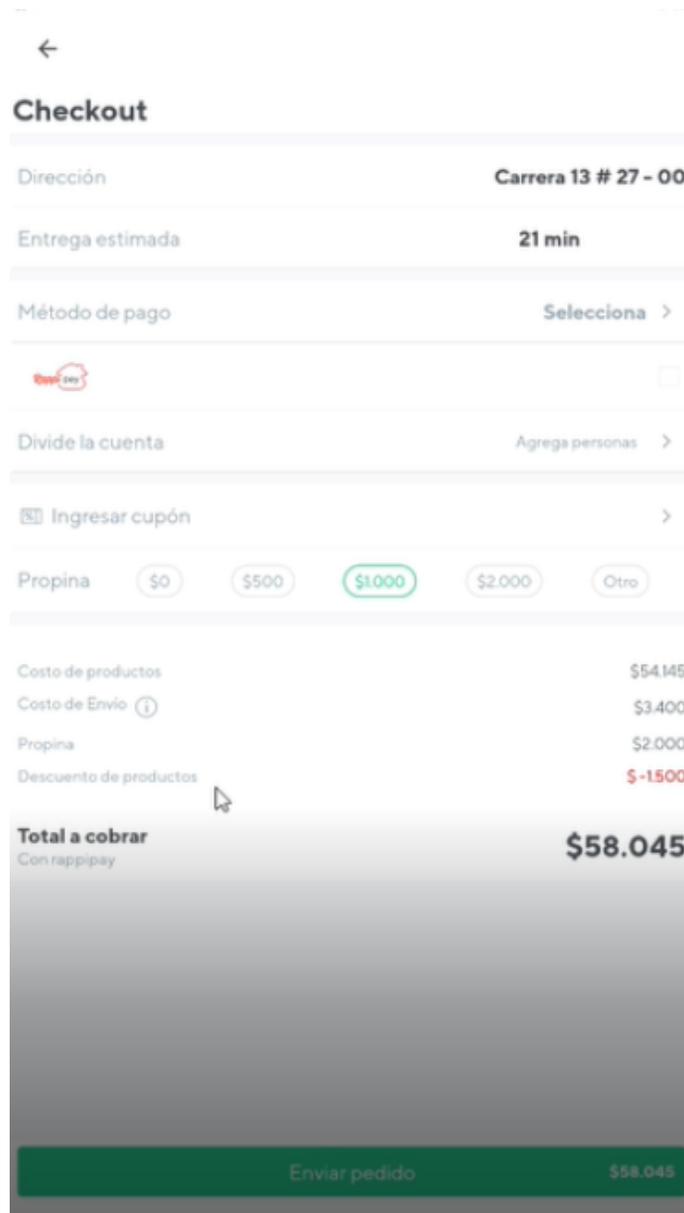


Imagen N° 104 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-3 del 17 de julio de 2019–aplicativo móvil/checkout previo a enviar pedido)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"



En ese orden y teniendo en cuenta que las imágenes N° 83 a 104 corresponden a la página web y al aplicativo móvil *Rappi*, las mismas dan cuenta que dicha plataforma de comercio electrónico realiza ventas que emplean métodos a distancia; aunado a ello, se pudo advertir que de forma previa a la aceptación de la oferta para llevar a cabo una compra, la investigada no les informó a los consumidores los derechos que les asistían respecto del retracto y reversión de pagos.

Ahora, si bien es cierto que ésta en sus términos y condiciones indicó que el retracto no era aplicable porque se trataba de productos perecederos, se pudo advertir que dicha circunstancia no era cierta, toda vez que las imágenes N° 73 y 74 de este acto administrativo, permitieron establecer que se comercializaban a través de dicha plataforma otro tipo de bienes, como por ejemplo, televisores, celulares, barras de sonido, sandwicheras, teléfonos, planchas, baterías portátiles.

Asimismo y en lo correspondiente a la reversión de pagos, se pudo advertir que ésta en ningún momento de manera previa a la aceptación de la oferta, les informó a los consumidores sobre el derecho que les asiste a reversar las transacciones ni los términos y procedimiento para su ejercicio.

Por ello, puede indicarse que en este caso la investigada al realizar ventas mediante el empleo de un medio de comercio electrónico, no cumplió con la obligación legal de informarle a los usuarios de manera previa a la aceptación de la oferta, lo correspondiente a los derechos de retracto y reversión de pago, así como su término de ejercicio, por lo que con su conducta vulneró lo dispuesto en el numeral 4° del artículo 46 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el numeral 9° del artículo 2.2.2.37.8, así como el numeral 10° del mentado artículo del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015.

Finalmente y en lo que se refiere a la manifestación expuesta por la investigada en sus escritos de defensa, acerca de que en este caso, existe un hecho superado porque dio cumplimiento a lo que se le ordenó respecto de tales prerrogativas en la orden administrativa proferida mediante la Resolución N° 40212 de 28 de agosto de 2019, este Despacho debe precisar que, las eventuales modificaciones que se hayan hecho no pueden predicarse como un hecho superado, en la medida que aquella figura no tiene aplicación en los procesos administrativos sancionatorios, ya que mediante éstos se busca

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

investigar y si es del caso, imponer sanciones a quienes hayan incurrido en violación de los preceptos normativos, cuando quiera que se demuestre la conducta típica, ya sea por acción u omisión y la responsabilidad de la investigada. Por tanto, tales actos no pueden por sí mismos omitir los incumplimientos evidenciados y por los cuales se inició el presente procedimiento administrativo sancionatorio.

Colofón de lo anterior, resulta importante indicarle a la investigada, que el presente reproche versó sobre que no les informó a los consumidores tales prerrogativas de forma previa a la aceptación de la oferta en su plataforma de comercio electrónico, por lo que las consideraciones de que se presentó igualmente un hecho superado porque informó dichos derechos respecto de la membresía “RappiPrime”, tampoco son de recibo, máxime teniendo en cuenta las consideraciones esgrimidas en este acápite.

Por lo anterior y analizado el material probatorio, así como las consideraciones expuestas por la investigada de cara a los fundamentos fácticos y jurídicos que soportaron el presente cargo, esta Dirección determina que la imputación fáctica N° 4 está llamada a prosperar y por ello, se procederá a imponer la sanción administrativa a que haya lugar, teniendo en cuenta lo que dispone el artículo 61 del Estatuto del Consumidor.

42.7. Frente a la presunta vulneración de lo dispuesto en el parágrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011- Imputación fáctica N° 5-:

En este cargo, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor imputó presunta responsabilidad a la investigada, por considerar que con su conducta podría configurarse una vulneración a lo dispuesto en el parágrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011.

De esta manera, esta Autoridad procederá al análisis de la presente imputación fáctica, frente a la conducta de la investigada, los argumentos expuestos y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normativa.

Así las cosas, este Despacho considera necesario reiterar que la Ley 1480 de 2011 o Estatuto del Consumidor, dispone un capítulo especial para la protección al consumidor de comercio electrónico, del que debe destacarse el artículo 50, toda vez que éste establece diversas obligaciones a los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos a través de medios electrónicos, como el establecer en el medio de comercio electrónico utilizado, un enlace visible, fácilmente identificable, que le permita al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor de Colombia, es decir, la Superintendencia de Industria y Comercio.

En ese orden y en consideración de lo anterior, esta Dirección inició la presente investigación administrativa, toda vez que, al analizar las visitas de inspección administrativas realizadas a la página web “<https://www.rappi.com.co/>”, cuya acta fue radicada con el número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 y a la aplicación móvil “RAPPi”, cuya acta fue radicada con el número 18-256766-3 del 17 de julio de 2019, evidenció que al parecer, las mismas no contaban con un enlace visible, fácilmente identificable, que le permita al consumidor ingresar a la página de esta Entidad, como la Autoridad de protección al consumidor en el país.

Al respecto, la investigada en su escrito de descargos radicado mediante el número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019, se pronunció en el siguiente sentido:

“(…) Así pues, esta norma no es aplicable a Rappi, pues se dirige a un proveedor. Como ya se ha mencionado en este escrito, el término ‘proveedor’ está definido legalmente en el artículo 5 del Estatuto del Consumidor (...)

Rappi no ofrece, suministra, distribuye ni comercializa productos. Los bienes y servicios de los Aliados Comerciales se exhiben a manera informativa en la plataforma, en virtud de unos acuerdos de cooperación que celebran con Rappi.

Los Usuarios, a través de la plataforma de Rappi, encargan al Rappitendero para que se dirija al establecimiento físico de un proveedor, adquiera un bien o servicio que puede o no estar exhibido en la plataforma y lo lleve a una dirección.

Por consiguiente, el proveedor de los bienes y servicios cuya adquisición es encargada por parte de los Usuarios de Rappi, es el establecimiento físico al que se dirige el Rappitendero para gestionar su mandato.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

En consecuencia, Rappi no está obligado a establecer un enlace que dirija a sus Usuarios a la SIC (...).”

De igual forma, en el escrito de alegatos de conclusión radicado con el número 18-256766-76 del 17 de junio de 2020, la investigada argumentó:

“(...) Según la Dirección, Rappi habría vulnerado lo dispuesto en el parágrafo del artículo 50 del Estatuto del Consumidor, al no contar con un enlace que direcciona al consumidor a la página web de la entidad.

Ahora bien, la misma entidad señala en la Resolución que se trata de una obligación a cargo de los proveedores y expendedores que ofrezcan productos por medios electrónicos.

Por consiguiente, partiendo de la premisa de la norma, Rappi no tiene esta obligación a su cargo, pues, como se ha explicado y demostrado en esta investigación, la Compañía no ofrece ningún producto por medios electrónicos, sino que únicamente los exhibe, en virtud de un contrato de alquiler de la plataforma, para que los usuarios ordenen su adquisición presencial a un mandatario que es el Rappitendero.

No obstante lo anterior, en vista de que la Dirección le ordenó a la Compañía incluir dicho enlace aun cuando esta investigación administrativa no ha finalizado, Rappi dio cumplimiento incluyendo un botón directo que dirige al usuario a la página de la SIC. Se trata, entonces, de un hecho superado.

En consecuencia, este cargo debe desestimarse, al no cumplirse actualmente la premisa de la norma para declarar un incumplimiento de la misma, y menos para condenar a Rappi por esta razón.

(...)

Frente al enlace de la SIC, se trata también de un hecho superado, pues Rappi ya incluyó un botón directo que dirige al usuario a la página de la entidad, en cumplimiento de las órdenes de esta Dirección (...).”

Al respecto, este Despacho nuevamente debe reiterar, que tal y como se expuso previamente en el acápite de consideraciones previas, la investigada es un proveedor habitual de bienes y/o servicios que ofrece y comercializa a través de su portal de comercio electrónico los mismos con un ánimo de lucro y, por ende, se encuentra sujeta a cumplir las normas objeto de estudio. En ese orden, los argumentos expuestos en los escritos de defensa encaminados a indicar que ésta no se encuentra obligada a acatar la normativa endilgada no son objeto de recibo dentro de esta actuación.

Asimismo y como se ha expuesto a lo largo de este acto administrativo, si bien cierto que la investigada celebra acuerdos de cooperación y colaboración con sus aliados, que existe igualmente la figura del *Rappitendero*, dichas circunstancias no desvirtúan el hecho de que ésta tiene una participación económica respecto de las relaciones de consumo que se realizan a través de la plataforma de comercio electrónico que no sólo se limitan a cobrar un rubro por el alquiler de la plataforma, sino que ésta también devenga otros ingresos por la operación que se realiza a través de *Rappi*, así como atiende de forma directa a los consumidores y se abroga facultades que se enmarcan dentro de las obligaciones legales que dispone el Estatuto del Consumidor y demás normas concordantes, por lo que se le reitera, es claro en este punto de la actuación que por medio de este acto administrativo se resuelve, que ésta no se limita solo a poner en contacto a los sujetos que convergen en su página web o en su aplicativo móvil, sino que se reputa como un proveedor habitual de bienes y/o servicios que ofrece y comercializa a través de su portal de comercio electrónico los mismos con un ánimo de lucro.

Aunado a ello, resulta importante nuevamente poner de presente, que de acuerdo con los elementos que obran en el plenario y el análisis del modelo de negocio del sujeto pasivo, que éste es un proveedor habitual de bienes y/o servicios a través de su comercio electrónico y tiene a su cargo no solo el ofrecimiento de los mismos sino también la entrega de lo que adquieren los consumidores, por lo que el ofrecimiento, la comercialización, distribución y entrega no pueden desarrollarse de manera asilada para perfeccionar la relación de consumo y por ello es que ésta para poder desarrollar cabalmente sus actividades, se prevalece de la figura de los *Rappitenderos*, éstos emplean una plataforma propia de la investigada, mediante la cual ésta les indica las condiciones de tiempo, modo y lugar para que se proceda a realizar la entrega efectiva de los bienes adquiridos y así, satisfacer la necesidad de consumo de los usuarios.

Por otra parte y en lo que corresponde a que esta Dirección le ordenó incluir dicho enlace aun cuando la presente investigación no había finalizado, este Despacho debe reiterarle que las órdenes emitidas y el presente trámite, se sustentaron en el desarrollo de dos facultades administrativas diferentes.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Del mismo modo y en lo que tiene que ver con que ésta dio cumplimiento a lo que le ordenó esta Autoridad a través de la Resolución N° 40212 de 28 de agosto de 2019, de incluir un botón directo que dirige al usuario a la página de esta Entidad y que por ello, se está frente a un hecho superado, este Despacho debe indicarle que, las eventuales modificaciones que se hayan hecho no pueden predicarse como un hecho superado, en la medida que aquella figura no tiene aplicación en los procesos administrativos sancionatorios, ya que mediante éstos se busca investigar y si es del caso, imponer sanciones a quienes hayan incurrido en violación de los preceptos normativos, cuando quiera que se demuestre la conducta típica, ya sea por acción u omisión y la responsabilidad de la investigada. Por tanto, tales actos no pueden por sí mismos omitir los incumplimientos evidenciados y por los cuales se inició el presente procedimiento administrativo sancionatorio.

Así las cosas y expuesto lo anterior, esta Dirección procedió a analizar en su integridad las visitas de inspección administrativas realizadas a la página web “<https://www.rappi.com.co>”, cuya acta fue radicada con el número 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 y a la aplicación móvil “RAPPÍ”, cuya acta fue radicada con el número 18-256766-3 del 17 de julio de 2019 y efectivamente evidenció que, las mismas no contaban con un enlace visible, fácilmente identificable, que le permitiera a los consumidores ingresar a la página de esta Entidad, como la Autoridad de protección al consumidor en el país.

En ese sentido y teniendo en cuenta las imágenes que han sido expuestas en el presente acto administrativo y, especialmente, las que fueron relacionadas a modo de ejemplo en el cargo anterior, estas son las imágenes N° 74 a 95, se pudo advertir que la investigada no dio cumplimiento a lo dispuesto en el parágrafo del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011.

En ese orden y teniendo en cuenta que la investigada ostenta la calidad de proveedor en el mercado colombiano, se encuentra ubicada en el territorio nacional y ofrece productos utilizando medios electrónicos, este Despacho advierte de cara al material probatorio objeto de análisis, así como de los argumentos esgrimidos respecto de las circunstancias fácticas y jurídicas expuestas, que la imputación fáctica N° 5 está llamada a prosperar y por ello se procederá a imponer las sanciones a que haya lugar, teniendo en cuenta para ello, lo dispuesto en el artículo 61 del Estatuto del Consumidor.

42.8. Frente a la presunta vulneración de lo dispuesto en el numeral 1.5 del artículo 3°, el numeral 1° del artículo 46, el literal g) del artículo 50 y el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011 – Imputación fáctica N° 6-:

En este cargo, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor imputó presunta responsabilidad a la investigada, por considerar que con su conducta podría configurarse una vulneración a lo dispuesto en el numeral 1.5 del artículo 3°, el numeral 1° del artículo 46, el literal g) del artículo 50 y el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011.

De esta manera, esta Autoridad procederá al análisis de la presente imputación fáctica, frente a la conducta de la investigada, los argumentos expuestos y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normativa.

Así las cosas, resulta importante señalar que entre los derechos que les asisten a los consumidores, se encuentra el consagrado en el numeral 1.5 del artículo 3° de la Ley 1480 de 2011, referente al de poder reclamar directamente ante el productor, proveedor o prestador y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos, así como tener acceso a las autoridades judiciales o administrativas para el mismo propósito.

Por otro lado, debe indicarse que el productor o proveedor que realice ventas que utilizan métodos no tradicionales o distancia, tiene, entre otros, el deber de cerciorarse de que la entrega del bien o servicio se realice efectivamente en la dirección indicada por el consumidor y que este ha sido plena e inequívocamente identificado (numeral 1° del artículo 46 de la Ley 1480 de 2011)⁹⁰.

A su turno, debe reiterarse que la Ley 1480 de 2011 o Estatuto del Consumidor, dispone un capítulo especial para la protección al consumidor de comercio electrónico, del que debe destacarse el artículo 50, toda vez que éste establece diversas obligaciones a los proveedores y expendedores ubicados en

⁹⁰ En consonancia con lo dispuesto en el artículo 2.2.2.37.7 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015, que dispone: “(...) Respecto de las obligaciones previstas en los numerales 1 y 2 del artículo 46 de la Ley 1480 de 2011, en lo que tiene que ver con la entrega del bien o servicio y la posibilidad de presentar reclamaciones y solicitar devoluciones, el productor y el proveedor serán solidariamente responsables, de conformidad con los artículos 10 y 11 de la misma ley (...)”.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

el territorio nacional que ofrezcan productos a través de medios electrónicos, como el de disponer en el mismo medio en que se realiza comercio electrónico, de mecanismos para que el consumidor pueda radicar sus peticiones, quejas o reclamos, de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de la radicación, incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento.

En ese orden de ideas y teniendo en cuenta lo antes expuesto, esta Dirección inició la presente investigación administrativa, toda vez que analizó la denuncia y los soportes que allegó la señora **LAURA PALACIOS** mediante el radicado número 18-238879-0 del 21 de septiembre de 2018 y mediante los cuales puso de presente una presunta vulneración de los derechos que le asisten a los consumidores, toda vez que, argumentó, entre otras cosas, lo que a continuación se expone:

“(…) El 7 de agosto hice un pedido a través de la APP de Rappi. El pedido era un domicilio de alimentos. El restaurante estaba cerrado al momento en que el domiciliario (‘Rappitendero’) llegó a comprar la comida. Ya que esto está fuera de mí control (y de hecho en su app indicaban que el restaurante estaba abierto) según las condiciones de Rappi, no deberían hacerme el cobro. El ‘Rappitendero’ canceló el pedido. Aun así, Rappi procedió a hacerme el cobro por tarjeta de crédito de 40.200 pesos. Me comuniqué con ellos a través de la aplicación el 7 de agosto, luego el 14 de agosto, el 22 de agosto y el 20 de septiembre. En un principio se negaron a hacerme la devolución del dinero. Luego aceptaron que habían cometido un error y me dijeron que me harían la devolución a través de una reversión en la tarjeta de crédito, la cual se haría efectiva a más tardar en 20 días hábiles (esto fue el 20 de agosto). Hoy han pasado más de 20 días hábiles y no me han devuelto el dinero. Les escribí de nuevo el 21 de agosto y me responden ahora que debo darles los datos de mi cuenta de ahorros para poderme hacer el retorno del dinero. Considero que actúan de manera abusiva, hacen falsa publicidad (prometen la entrega de un producto de un restaurante que dice que está abierto cuando en realidad está cerrado) adicionalmente, llevan 1 mes dando respuestas contradictorias e imponiendo barreras para hacerme la justa devolución del dinero (…).”

En ese sentido y al estudiar la denuncia junto con la cadena de correos remitida correspondiente a mensajes virtuales entre la quejosa y el personal de soporte de la investigada, se determinó que al parecer, esta última incumplió con la obligación legal contenida en el numeral 1° del artículo 46 de la Ley 1480 de 2011, toda vez que al parecer, reconoció que los productos adquiridos no llegaron a la dirección de la denunciante y aun así, se efectuó un cobro al medio electrónico de pago.

Asimismo, se indicó que al parecer la investigada si bien contaba con un mecanismo para recibir PQR's, no obstante, el mismo presuntamente no era oportuno y adecuado, ya que luego de interpuesta la petición de reversión, se le informó que la misma se vería reflejada entre 15 a 20 días hábiles y aun así la misma no se efectuó; de igual manera frente a la segunda reversión solicitada por valor de \$40.200 se le señaló que la misma no se había encontrado en el sistema, circunstancias que posiblemente contrariarían el derecho a la reclamación que le asiste a los consumidores en virtud del numeral 1.5 del artículo 3° del Estatuto del Consumidor.

Finalmente, este Despacho puso de presente que posiblemente se vulneró el derecho que le asiste a los consumidores a la reversión del pago, contemplado en el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011, toda vez que habiendo adquirido la consumidora un producto, el mismo no fue entregado al usuario y aun así se hizo un cobro al medio electrónico de pago, respecto del cual se solicitó de forma oportuna la reversión, no obstante la investigada no efectuó el reembolso del dinero, pese a haber informado que si realizaría el mismo.

Al respecto, la investigada en su escrito de descargos radicado mediante el número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019, se pronunció en el siguiente sentido:

“(…) Sea lo primero indicar que ninguna de las normas que señala la SIC son aplicables en este caso, pues contienen deberes y obligaciones en cabeza de proveedores y expendedores y Rappi no ostenta esa calidad, al tratarse de una plataforma de contacto.

Dicho lo anterior, pasarán a analizarse cada uno de los argumentos que fundamentan este cargo:

Sobre el primer punto, la SIC señaló lo siguiente (…)

Así pues, quien debe cerciorarse de que la entrega del bien o servicio se realice efectivamente en la dirección indicada por el Usuario es el Rappitendero, que es quien, en ejercicio del mandato, gestiona el encargo solicitado.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Si bien Rappi presta un servicio de soporte en su plataforma para poder atender cualquier inconveniente que pueda presentarse en la relación entre los Usuarios y los Rappitenderos, esto no quiere decir que asuma los deberes u obligaciones de éstos últimos.

Sobre el segundo punto, la SIC indicó (...)

Si bien las obligaciones previstas en el artículo 50 no aplican en el caso de Rappi, al no ser una plataforma de comercio electrónico, lo cierto es que la Compañía si cuenta con mecanismos para que los Usuarios puedan tener una comunicación eficiente con su mandatario, canalizando sus peticiones, quejas o reclamos. Esto se comprobó en el caso que la SIC analiza en este caso, pues Laura Palacios tuvo la oportunidad de radicar su queja ante la línea de soporte de la plataforma.

El soporte de Rappi cuenta con dos servicios, los cuales dependen del momento de la compra: (i) Soporte Live: el cual gestiona las solicitudes y dudas de los Usuarios, monitoreando la entrega por parte del Rappitendero. En este servicio de soporte las interacciones son en línea y le permiten al Usuario que solicite al Rappitendero la adición o supresión de productos de su compra e incluso, cancelar la solicitud antes del cierre de la orden; y (ii) Soporte No Live: es un servicio de soporte post entrega del producto por parte del Rappitendero y tiene como objetivo gestionar las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias de los Usuarios al recibir el producto. Se realiza con un asesor especializado, donde 85% de los casos se resuelven antes de 24 horas.

Así pues, los Usuarios tienen un acompañamiento por parte de Rappi, como plataforma de contacto, a lo largo de su relación con los Rappitenderos y los Aliados Comerciales. De esta forma, se garantizan los derechos y garantías de los Usuario frente a los productores y/o proveedores con los que se ponen en contacto a través de la plataforma.

Según la SIC, esta norma habría sido vulnerada por Rappi, porque su atención brindada a Laura Palacios no fue oportuna ni adecuada, al no haberse realizado en el tiempo indicado por soporte, la reversión del pago.

Sin embargo y a pesar de que no es cierto que la atención que Rappi brinda a sus Usuarios no es oportuna ni adecuada, la norma únicamente prevé que se dispone de un mecanismo para radicar peticiones, quejas o reclamos, con los cuales, en efecto, cuenta la plataforma.

Asimismo, respecto del numeral 1.5 del artículo 3 del Estatuto el Consumidor (...)

Con la actuación de Rappi en el caso de Laura Palacios no se vulneró de ninguna forma este derecho, pues la Usuaría cuenta con el derecho de reclamar ante el Rappitendero que su pedido no haya llegado a la dirección indicada.

Ahora bien, la Compañía, para facilitar la comunicación entre las partes (Usuarios y Rappitenderos) sirve como canal entre ambos para que, en caso de que el Rappitendero no cumpla con el encargo, el dinero pagado por el mismo sea devuelto en su integridad a los Usuarios.

Lo anterior, porque es importante que los Usuarios confíen en la utilización de la plataforma para contactar a terceros mandatarios. Como los pagos a los Rappitenderos se realizan a través de la plataforma, Rappi puede abstenerse de enviar ese pago al Rappitendero y devolvérselo al Usuario.

Sobre el tercer punto, la SIC señaló en la Resolución (...)

En primer lugar, esta norma no es aplicable en este caso, pues a través de la plataforma de Rappi no se realizan ventas de bienes, como ya se ha explicado exhaustivamente en este escrito.

A través de la plataforma, el Usuario le solicita a un Rappitendero que adquiera un producto y lo lleve a su dirección.

Así, el pago que realiza el Usuario a través de la plataforma no corresponde a la adquisición del bien, sino al reembolso del mismo a su Rappitendero (...).”

De igual forma, en el escrito de alegatos de conclusión radicado con el número 18-256766-76 del 17 de junio de 2020, la investigada argumentó:

“(...) Pues bien, sea lo primero indicar que, al igual que en los demás cargos, el sustento jurídico de la imputación no es aplicable en este caso al no cumplirse la premisa principal de las normas que es que Rappi sea un expendedor o proveedor de bienes y/o servicios.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Por consiguiente, quien debe cerciorarse de que la entrega del bien o servicio se realice en la dirección del usuario es el Rappitendero en su calidad de mandatario y de persona que presta el servicio de adquisición y transporte del producto.

Como se ha demostrado en esta investigación administrativa, los Rappitenderos, al igual que los Aliados Comerciales, son personas independientes de Rappi que utilizan la plataforma para ponerse en contacto con los usuarios. Así lo explicó el Representante Legal de Rappi en la diligencia llevada a cabo el 9 de enero de 2020:

‘[T]ampoco hacemos el reparto de los productos porque como les decía quien hace el reparto de los productos es otro tipo de usuario que es el Rappitendero con el cual nosotros no tenemos ningún tipo de relación laboral, a quien también le prestamos un servicio de tecnología para que pueda recibir el pedido que realiza el consumidor y pueda realizar el encargo de los productos que éste solicitó en la plataforma al Aliado Comercial’ (Min 17:32 – 18:04).

No obstante lo anterior y en aras de prestar un buen servicio como plataforma de contacto, Rappi sirve también como un canal de comunicación entre los usuarios, los Aliados Comerciales y los Rappitenderos, brindando un servicio de soporte que ayuda a solucionar de manera rápida y eficaz los inconvenientes que puedan presentarse entre las personas que hacen uso de la plataforma.

El soporte de Rappi, como se indicó anteriormente en los descargos, cuenta con dos servicios: (i) un soporte live, que gestiona solicitudes y dudas de los usuarios desde que envía el pedido al Rappitendero hasta que éste hace la entrega y (ii) un soporte no live, que es un servicio al cliente post entrega y tiene como objetivo gestionar las peticiones, quejas y reclamos de los usuarios a recibir el producto.

Con este mecanismo de soporte, el 85% de los casos se resuelven en menos de 24 horas. Asimismo, en la tabla de información que peticiones, quejas y reclamos aportados a esta investigación en cumplimiento de lo ordenado en la Resolución 73684 de 2020, puede observarse cómo entre enero y julio de 2019 Rappi resolvió más de 790.000 peticiones.

Ahora bien, no sobra aclarar que estas soluciones, cuando de devolución de dinero o ajuste de precio se refiere, no son pagadas por Rappi, sino por el Aliado. El acuerdo entre la Compañía y estos últimos, como bien puede verificar la Dirección, establece que Rappi descuenta estas sumas de las compensaciones que debe realizar posteriormente con los Aliados Comerciales y los Rappitenderos.

Así, en caso de que Rappi reverse el pago o haga su devolución al usuario porque el producto no llegó o llegó de forma deficiente, hará también el respectivo descuento de la compensación que realice con los Aliados Comerciales y los Rappitenderos sobre los ingresos que recibió a nombre de dichos terceros.

Así lo aclaró el Representante Legal de Rappi, bajo juramento, en la diligencia del 9 de enero de 2020, cuando, al preguntársele por cómo gestiona Rappi una petición, queja o reclamo de un usuario, señaló:

‘Rappi tiene un departamento de servicio al cliente precisamente, como les decía, para que el usuario tenga una mejor experiencia de usuario y para facilitarle las cosas y darle una solución mucho más pronta que la que le daría el Aliado Comercial directamente, por temas de que el reclamo ante los Aliados Comerciales por experiencia de cómo se manejaba antes, estas plataformas anteriormente era muy mal, entonces digamos que nosotros tenemos un departamento de servicio al cliente en el cual se recibe la petición, la queja o el reclamo, se le da un trámite, el consumidor dentro de la aplicación puede ver cómo está esa solución, ese trámite y puede solicitar la devolución del dinero, que se le cambie el producto, que se le vuelva a enviar y, como les decía, posteriormente nosotros, el equipo de servicio al cliente, se revisa eso, se le pasa al Aliado Comercial y nosotros nos entendemos con el Aliado Comercial, pero no metemos al consumidor en, digamos, en ese proceso para que no tenga digamos que estar permanentemente involucrado, revisando, sino que Rappi se encarga de dar una solución al consumidor y nosotros arreglamos con el Aliado para que la cadena sea mucho más limpia y tenga, como lo decía, una experiencia de usuario mucho más sencilla’. (Min 26:10 – 27:27).

De esta forma, aun cuando Rappi no tiene la obligación de prestar un servicio de soporte y de recibo de PQR por parte de los usuarios, al tratarse de una plataforma de contacto, lo cierto es que presta el mismo de una forma oportuna y eficaz por virtud de los contratos y acuerdos comerciales a los que ha llegado con Aliados y Rappitenderos, contratos comerciales en los que no existe ni media una relación de consumo. Por consiguiente, este cargo debe desestimarse. (...)”.

Este Despacho debe indicar frente a los argumentos de la investigada expuestos en sus escritos de defensa, acerca de que no le son aplicables las normas en estudio, que tal y como quedó demostrado

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

en el acápite de consideraciones previas, la misma es un proveedor habitual de bienes y/o servicios que ofrece y comercializa a través de su portal de comercio electrónico los mismos con un ánimo de lucro, razón por la cual dichas manifestaciones no son objeto de recibo.

Por otro lado y en lo que corresponde a que no se vulneró el numeral 1° del artículo 46 de la Ley 1480 de 2011, porque quien debía cerciorarse que la entrega del bien se realizara en la dirección indicada era el *Rappitendero*, este Despacho debe indicar que cuando los consumidores ingresan a su plataforma de comercio electrónico de la aquí investigada, deben agregar, entre otros datos, lo correspondiente a la dirección de destino, tal y como se advierte de las siguientes imágenes, traídas a modo de ejemplo:

Imagen N° 105 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° número 18-256766-3 del 17 de julio de 2019 minuto 1:02 –aplicativo móvil)

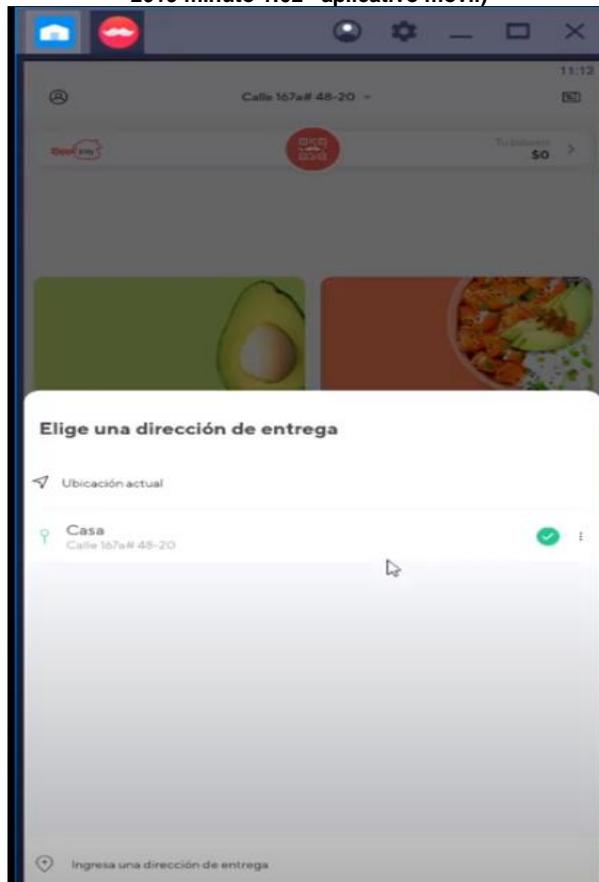
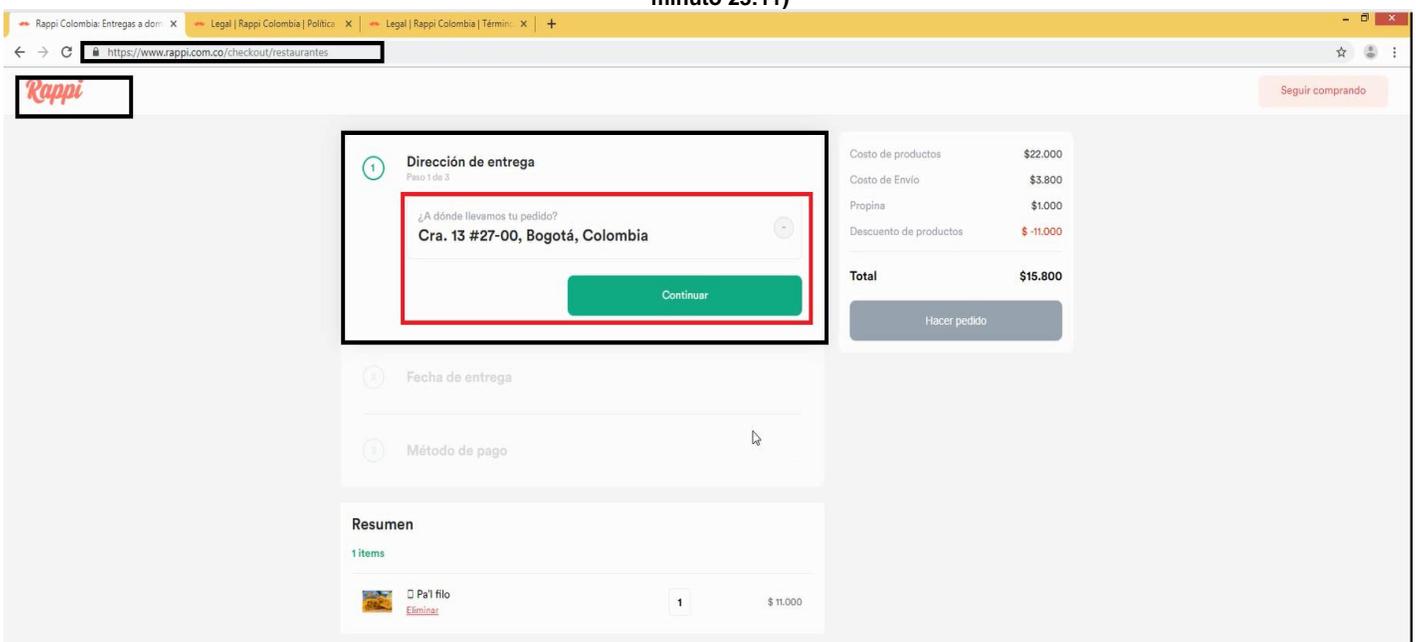


Imagen N° 106 (Visita de inspección realizada por esta Autoridad y cuyo soporte obra en el radicado N° 18-256766-4 del 26 de julio de 2019 minuto 23:11)



En ese orden, es claro que el *Rappitendero* debe acudir a la dirección que los consumidores registran en la plataforma de la investigada para satisfacer una necesidad de consumo, por lo que no es admisible que ésta pretenda trasladarle el cumplimiento de las obligaciones legales a éstos, máxime cuando el sujeto pasivo es un proveedor habitual de bienes y/o servicios a través de su comercio electrónico y tiene a su cargo no solo el ofrecimiento de los mismos sino también la entrega de lo que adquieren los consumidores, por lo que el ofrecimiento, la comercialización, distribución y entrega no pueden desarrollarse de manera aislada para perfeccionar la relación de consumo y por ello, es que

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

ésta para poder desarrollar cabalmente sus actividades, se prevale de la figura de los *Rappitenderos*, pone a disposición de éstos una plataforma propia mediante la cual les indica las condiciones de tiempo, modo y lugar para que se proceda a realizar la entrega efectiva de los bienes adquiridos y así, satisfacer la necesidad de consumo de los usuarios.

Asimismo, no puede perderse de vista que la investigada además tiene la facultad de subrogarse en los derechos patrimoniales de éste frente a los usuarios, puede cancelar los pedidos solicitados y es quien le envía a los consumidores el resumen de las solicitudes realizadas, por ello, dichos argumentos no son de recibo.

Ahora y en lo que corresponde a que si bien prestaba un servicio de atención y soporte para los usuarios, dicha situación no implicaba que asumiera los derechos y obligaciones de los *Rappitenderos*, debe indicársele que tal y como ha quedado demostrado a lo largo de esta actuación administrativa, ésta tiene un contacto directo con los consumidores a través del departamento de atención al cliente que tiene dispuesto para tal fin y tramita y gestiona de manera directa los inconvenientes derivados del uso de su plataforma de comercio electrónico.

Aunado a ello y contrario a su manifestación, se pudo advertir del consolidado de PQR's que allegó el representante legal a través del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018 de forma libre, voluntaria y espontánea, que ésta efectivamente tramitaba y gestionaba múltiples solicitudes de los consumidores, como por ejemplo, “se canceló mi pedido y me cobraron”⁹¹, “me cobraron de más”⁹², “me cobraron y no llegó”⁹³, “me cobraron dos veces”⁹⁴, “agregar dirección”⁹⁵, “demora en entrega/pedido/orden”⁹⁶.

Situación igualmente predicable del consolidado de PQR's que el representante legal adjuntó a través del radicado número 19-47248-5 del 13 de junio de 2019, en donde se relacionó que el 28 de febrero de 2019, se había dado “solución a la incidencia del usuario”, respecto de PQR's relacionadas con “incidente grave con mi Rappi”, “se canceló mi pedido y me cobraron”, “dudas con el cobro”.

En ese orden, llama la atención de este Despacho que por un lado, la investigada atienda los inconvenientes que se suscitan por el uso de su plataforma de comercio electrónico y gestione las solicitudes de los consumidores, por ejemplo, de aspectos que tienen relación con el cobro, las direcciones y entregas de pedido, que como indicó el representante legal suplente en su declaración de parte del 9 de enero de 2020, cuyo soporte se encuentra radicado con el número 18-256766-61, se hacía con el fin de brindarle una mejor experiencia de usuario a los consumidores, pero otro lado, ésta desconozca las facultades que ostenta y su calidad de proveedor, para ser reiterativa dentro de esta actuación e indicar que no debe cumplir las normas del Estatuto del Consumidor y demás normas concordantes, cuando es claro cómo se ha evidenciado dentro de este acto administrativo, que ésta se haya sujeta al marco normativo que regula la protección al consumidor en Colombia.

Asimismo, debe indicarse que si bien es cierto que el consumidor es el que ingresa la dirección de destino de los bienes y/o servicios que adquiere y que el *Rappitendero* como lo indicó la investigada debe entregarlos en dichas direcciones, también es cierto que, es mediante dicha plataforma que se desarrolla la relación de consumo, respecto de los productos y/o servicios que provee la investigada y que ésta frente a cualquier eventualidad, atiende las PQR's que presentan los consumidores en relación con la dirección, la demora en las entregas, las cancelación de pedido e incluso los cobros que se hacen a través del medio electrónico.

Ahora y en lo que se refiere a que los *Rappitenderos* son personas independientes de la investigada y que dicha afirmación estaba sustentada en la declaración de parte que se encuentra dentro del radicado número 18-256766-61 del 9 de enero de 2020, este Despacho debe indicarle a la investigada, que dicha situación fue previamente evaluada en el acápite de consideraciones previas del presente acto administrativo y se estableció que éstos tenían un vínculo contractual proveniente del documento de “*términos y condiciones de uso de la plataforma Rappitendero*” que se encuentra dentro del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, en el que se indicó, entre otras cosas, que el sujeto pasivo de esta investigación, en virtud de dicho vínculo se prevalía de dichas personas naturales para que las relaciones de consumo se perfeccionaran, toda vez que el ofrecimiento y

⁹¹ 37 en el mes de mayo, 91 en el mes de junio, 209 en julio, 3737 en el mes de agosto, 16414 en el mes de septiembre y 7525 en el mes de octubre de 2018.

⁹² 4010 en el mes de abril, 15 en el mes de mayo, 11394 en el mes de junio, 18389 en el mes de julio, 16374 en el mes de agosto de 2018.

⁹³ 1353 en el mes de abril, 7 en el mes de mayo, 7513 en el mes de junio, 13373 en el mes de julio, 14309 en el mes de agosto de 2018.

⁹⁴ 166 en el mes de junio, 252 en el mes de julio, 5362 en el mes de agosto, 3637 en el mes de septiembre, 1841 en el mes de octubre de 2018.

⁹⁵ 122 en el mes de abril, 289 en el mes de mayo, 109 en el mes de junio, 262 en el mes de julio, 396 en el mes de agosto, 40 en el mes de septiembre, 7 en el mes de octubre de 2018

⁹⁶ 5880 en el mes de abril, 1096 en el mes de mayo, 4173 en el mes de junio, 1210 en el mes de julio, 1499 en el mes de agosto, 1147 en el mes de septiembre, 148 en el mes de octubre de 2018.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

entrega de los bienes y/o servicios que se encuentran en la plataforma, no son ni pueden ser actos aislados y por ello, mediante el empleo de esta figura es que se daba la entrega efectiva de los mismos; aunado a ello, éste tiene dispuesta una plataforma denominada *Rappitendero* que está interconectada con la plataforma que emplean los consumidores y es mediante ella, que el sujeto pasivo les indica las condiciones de tiempo, modo y lugar para que se proceda a realizar la entrega de los bienes adquiridos y así, satisfacer la necesidad de consumo de los usuarios.

Adicional a lo anterior, debe reiterarse que, ésta en virtud del vínculo que tiene con los *Rappitenderos* ostenta la facultad frente a dicho mandatario de subrogarse en los créditos pagaderos del usuario a éste.

Igualmente, se pudo establecer que si bien se acudía a la figura de un mandato, lo cierto era que el mismo tenía características que lo diferenciaban de la noción regulada por el código civil y de comercio, toda vez que el mismo podía ser revocado no sólo por el consumidor sino también por la investigada, pues ésta podía cancelar las transacciones y era quien en últimas rendía cuentas de la gestión, aun sin ser el mandatario.

Lo anterior, encontró sustento en el documento *“Términos y condiciones de uso de plataforma ‘RAPPI’*, en los que se indicó, entre otras, cosas respecto del *“funcionamiento de la plataforma”* y *“términos y condiciones (específicos) botones/secciones Rappi”*, que: *“(…)Cuando por errores de carácter tecnológico se exhiban precios erróneos de los productos en la Plataforma, que evidentemente resultan desproporcionados, comparativamente con el precio del producto en el mercado, el Operador podrá cancelar la(s) ordenes realizadas de productos con dichos precios, a su libre discreción y con plena autonomía (…)*” y *“(…)Rappi se reserva el derecho de cancelar cualquier orden que se genere a través de su plataforma, con el fin de evitar cualquier tipo de fraude. Rappi realizará las verificaciones correspondientes y cancelará la orden sin previo aviso al usuario”*.

Asimismo, se advirtió que como uno de los deberes de la investigada, el de *“(…) Enviar al correo electrónico suministrado por el Consumidor resumen del encargo y constancia de la transacción (…)*”.

Por ello, las consideraciones expuestas por la investigada en sus escritos de defensa respecto de este aspecto, no pueden ser de recibo ni acogidas por esta Autoridad.

En ese sentido y clarificado lo anterior, este Despacho procedió a revisar la denuncia con los soportes que sustentaron el presente cargo, que se encuentran dentro del radicado número 18-238879 del 21 de septiembre de 2018 y de los que se advirtió que, los mismos correspondían a una cadena de correos electrónicos entre un consumidor y el personal de atención al cliente de la investigada y la inconformidad versaba en que había realizado un pedido pero que el mismo se había cancelado y aun así se le había hecho un cobro doble por el mismo en la tarjeta de crédito, por lo que se solicitó se procediera con la reversión; sin embargo y pese a que se le indicó que se realizaría dicho trámite, la denunciante señaló que no se había hecho la reversión. En ese orden, resulta importante traer a colación los soportes en mención, así:

Imagen N° 107

(Cadena de correos electrónicos entre un consumidor y el área de soporte de *Rappi* allegados con la denuncia radicada con el N° 18-238879 de 21 de septiembre de 2018)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"



"[Rappi] Re: se canceló mi pedido y me cobraron (...)

(...Rappi)

¡Hola (...)

Gracias por escribirnos. Estamos trabajando para encontrar la solución juntos. Lamento la demora en dar respuesta a tu solicitud.

Entendemos tu molestia y queremos reiterar nuestras disculpas pues tu satisfacción es nuestra prioridad y todos los detalles que puedan afectar tu experiencia son muy importantes para nosotros, hemos revisado a fondo la información que nos proporcionas, y definitivamente tienes toda la razón.

Verificando tu orden he confirmado que se generó un problema sobre ella y a pesar de que no se entregó se generó un cobro, por lo cual te ofrecemos la mayor de las disculpas.

En este caso para hacer la respectiva devolución, te ofrecemos 2 formas.

5. *Transferencia: En caso de que prefieras la consignación bancaria te pediría nos ayudes con una certificación bancaria de la cuenta en la cual deseas hagamos la transferencia bancaria. Esta tarda de 3 a 5 días hábiles.*

6. *Reversión: Este proceso tarda de 15 a 20 días hábiles.*

Quedo atenta

¡Esperamos tu respuesta y deseamos que tengas un excelente día!"

Frente a la anterior imagen, se pudo observar que el personal de la investigada le indicó al consumidor que "se generó un problema sobre [la orden] y a pesar de que no se entregó se generó un cobro, por lo cual te ofrecemos la mayor de las disculpas".

Imagen N° 108 (Cadena de correos electrónicos entre un consumidor y el área de soporte de Rappi allegados con la denuncia radicada con el N° 18-238879 de 21 de septiembre de 2018)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

[Redacted] <astorquiza.88@gmail.com> 21 de agosto de 2018, 19:47
 Para: Rappi <support+id1496461@rappicall.zendesk.com>

Hola [Redacted]

Te agradezco mucho por tu gestión.
 He tratado todos estos días de ir a conseguir el certificado de la cuenta de ahorros pero la verdad es que no tengo el tiempo. Quisiera que entonces por favor hagan la reversión a mi tarjeta de crédito. Te pido que por fa me confirmes.

Gracias y saludos,
 [El texto citado está oculto]

Servicio al Cliente (Rappi) <support@rappicall.zendesk.com> 22 de agosto de 2018, 15:49
 Responder a: Rappi <support+id1583741@rappicall.zendesk.com>
 Para: [Redacted]

##- Por favor, escriba su respuesta por encima de esta línea -##



Servicio al Cliente (Rappi)

22 ago. 15:49 COT

¡Hola [Redacted]

Gracias por escribirnos.

Atendiendo a tu solicitud, te confirmamos que se te hará el reembolso a tu tarjeta de crédito, recuerda que este proceso se demora entre 15 a 20 días hábiles en reflejarse en tu cuenta dependiendo de tu entidad bancaria.

Recuerda que en Rappi mercamos por ti, te llevamos la comida de tus Restaurantes favoritos y cumplimos todos tus antojos.

¡gracias por la oportunidad y preferencia!

<https://mail.google.com/mail/u/0/?ik=fc708b6042&view=pt&search=all&permthid=thread-f%3A1608190674464902566&simpl=msg-f%3A1608762090207308703&s...> 2/3

"(...) Hola (...)

Te agradezco mucho por tu gestión.

He tratado todos estos días de ir a conseguir el certificado de la cuenta de ahorros pero la verdad es que no tengo el tiempo. Quisiera que entonces por favor hagan la reversión a mi tarjeta de crédito. Te pido que por fa me confirmes.

Gracias y Saludos.
 (...)

Servicio al Cliente (Rappi)

¡Hola (...)

Gracias por escribirnos.

Atendiendo a tu solicitud, te confirmamos que se te hará el reembolso a tu tarjeta de crédito, recuerda que este proceso se demora entre 15 a 20 días hábiles en reflejarse en tu cuenta dependiendo de tu entidad bancaria.

Recuerda que en Rappi mercamos por ti, te llevamos la comida de tus Restaurantes favoritos y cumplimos todos tus antojos.

¡Gracias por la oportunidad y preferencia! (...)"

Como se observa de la anterior imagen, el consumidor luego de que el personal de la investigada le confirmara que se había presentado un problema con el pedido y que el mismo no había sido entregado pero sí cobrado, manifestó que se procediera con la reversión del pago a su tarjeta de crédito, frente a lo cual se le indicó que dicho trámite se demoraría entre 15 a 20 días hábiles, dependiendo de la entidad bancaria.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

21/9/2018

Gmail - [Rappi] Re: Se cancelo mi pedido y me cobraron

Servicio al Cliente

Customer Care | Rappi

Este correo electrónico es un servicio de Rappi. Entregado por Zendesk

[V0V8RY-YX3L]

19 de septiembre de 2018, 10:09

Para: Rappi <support+id1583741@rappicall.zendesk.com>

Hola buenos días,

Les escribo porque el 22 de agosto me confirmaron que se haría el reembolso de 80.000 pesos a mi tarjeta de crédito y que este tomaría entre 15 y 20 días hábiles. Hoy se cumplen 20 días hábiles y no han hecho el reembolso. Quisiera que por favor me informen por qué no se ha hecho y cuándo se hará.

Gracias,

[El texto citado está oculto]

“(...) para Rappi (...)”

Hola buenos días,

Les escribo porque el 22 de agosto me confirmaron que se haría el reembolso de 80.000 pesos a mi tarjeta de crédito y que este tomaría entre 15 y 20 días hábiles. Hoy se cumplen 20 días hábiles y no han hecho el reembolso. Quisiera que por favor me informen por qué no se ha hecho y cuándo se hará.

Gracias (...)”.

Respecto de la anterior imagen, se tiene que el consumidor volvió a hacer uso del canal de correo electrónico que tiene la investigada habilitado para atender las PQR's de los usuarios, para manifestar su inconformidad respecto de que había solicitado la reversión del pago y que ese día se cumplían los 20 días hábiles indicados para realizar tal trámite y que aún no se le había retornado el dinero a su tarjeta de crédito.

Imagen N° 110 (Cadena de correos electrónicos entre un consumidor y el área de soporte de Rappi allegados con la denuncia radicada con el N° 18-238879 de 21 de septiembre de 2018)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

21/9/2018

Gmail - [Solicitud recibida] Incidente grave con mi Rappi



Laura Palacios <astorquiza.88@gmail.com>

[Solicitud recibida] Incidente grave con mi Rappi

4 mensajes

Rappi <support@rappicall.zendesk.com>

20 de septiembre de 2018, 10:59

Responder a: Rappi <support+id1792786@rappicall.zendesk.com>

Para: [REDACTED]

##- Por favor, escriba su respuesta por encima de esta línea -##

Gracias por comunicarte con Rappi.

Hemos recibido tu solicitud (1792786), nuestro equipo la está revisando y se comunicará contigo a la mayor brevedad posible.

Si deseas agregar comentarios adicionales, responde a este correo electrónico.

[REDACTED]
20 sept. 10:59 COT

Article ID: 115001409308

Order ID: 15450686

Escríbenos tu mensaje:

hola, ya me había comunicado con ustedes respecto a esto. Pedí una empanadas y cuando el rappi llegó el restaurante estaba cerrado. Aún así me cobraron el pedido (40.000) y luego me cobraron una tarifa de cancelación de 40.000 pesos MAS (aludiendo a que el rappi sí había comprado las empanadas, lo cual no es cierto). en total me cobraron 80.000 por un pedido que nunca llegó por circunstancias totalmente ajenas a mi control. después de escribirles MUCHO al fin accedieron a devolverme los 80.000 a través de un reembolso a mi tarjeta de crédito que supuestamente tardaba de 15 a 20 días hábiles. Ya vamos 22 días hábiles y no me han hecho el reembolso. Quiero saber cuándo lo van a hacer por favor y por qué no lo han hecho todavía.

Les pido que por favor le den solución a este problema a la mayor brevedad para evitar el tiempo que vamos a gastar si tengo que ponerles una queja con la Superintendencia. Gracias.

Este correo electrónico es un servicio de Rappi. Entregado por Zendesk

[WVR8X4-X86Y]

<https://mail.google.com/mail/u/0?ik=fc708bb042&view=pt&search=all&permthid=thread-f%3A1612142800326045138&simpl=msg-f%3A1612142800326045138&x...> 1/3**"[Solicitud recibida] Incidente grave con mi Rappi**

(...)

Gracias por comunicarte con Rappi.

Hemos recibido tu solicitud (1792786) nuestro equipo la está revisando y se comunicará contigo a la mayor brevedad posible.

Si deseas agregar comentarios adicionales, responde a este correo electrónico.

(...)

Escríbenos tu mensaje:

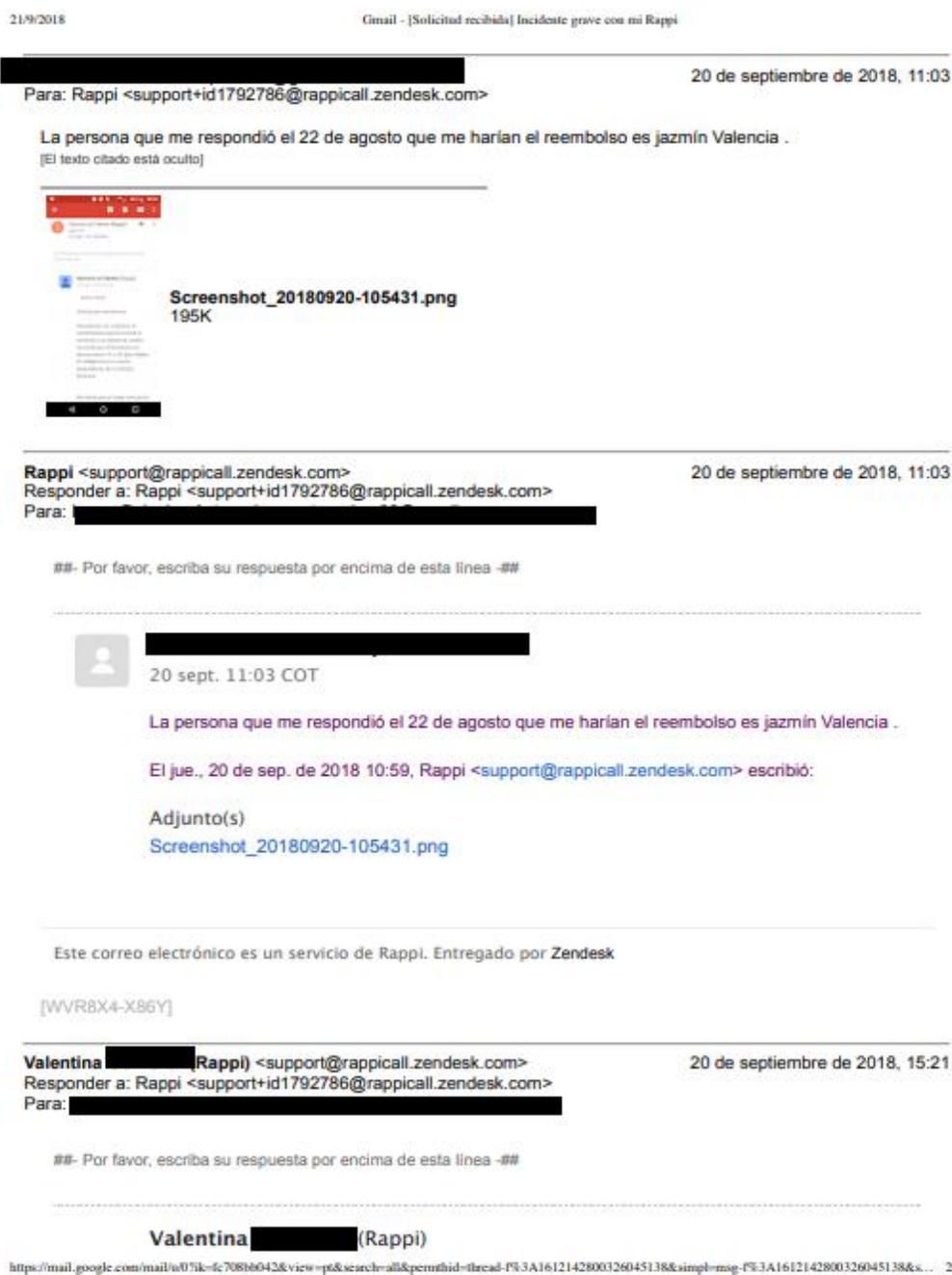
Hola, ya me había comunicado con ustedes respecto a esto. Pedí una empanada y cuando el Rappi llegó el restaurante estaba cerrado. Aun así me cobraron el pedido (40.000) y luego me cobraron una tarifa de cancelación de 40.000 pesos MÁS (aludiendo a que el Rappi si había comprado las empanadas, lo cual no es cierto). En total me cobraron 80.000 por un pedido que nunca llegó por circunstancias totalmente ajenas a mi control. Después de escribirles MUCHO al fin accedieron a devolverme los 80.000 a través de un reembolso a mi tarjeta de crédito que supuestamente tardaba de 15 a 230 días hábiles. Ya vamos 22 días hábiles y no me han hecho el reembolso. Quiero saber cuándo lo van a hacer por favor y por qué no lo han hecho todavía.

Les pido que por favor le den solución a este problema a la mayor brevedad para evitar el tiempo que vamos a gastar si tengo que ponerles una queja con la Superintendencia. Gracias (...)"

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

De la anterior imagen, se advierte que el personal de la investigada, le indicó a la consumidora que estaba recibiendo la solicitud y que se comunicaría con ella a la mayor brevedad; por lo que la consumidora nuevamente relató los hechos relacionados con el cobro a su tarjeta de crédito y que se le había indicado que la reversión se realizaría entre el lapso de 15 a 20 días hábiles y que para ese momento, aún no había obtenido el retorno del monto de \$80.000 a su tarjeta de crédito.

Imagen N° 111 (Cadena de correos electrónicos entre un consumidor y el área de soporte de *Rappi* allegados con la denuncia radicada con el N° 18-238879 de 21 de septiembre de 2018)



De la imagen que precede, se pudo advertir que la investigada continuó haciendo uso del canal de correo electrónico que tiene la investigada habilitado para atender las PQR's de los usuarios, con el fin de indicarle al personal de la misma quien había sido la persona que le había suministrado la información frente a la reversión del pago solicitada.

Imagen N° 112 (Cadena de correos electrónicos entre un consumidor y el área de soporte de *Rappi* allegados con la denuncia radicada con el N° 18-238879 de 21 de septiembre de 2018)

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

21/9/2018

Gmail - [Solicitud recibida] Incidente grave con mi Rappi



20 sept. 15:21 COT

¡Hola [REDACTED]

Hemos validado la información y encontramos que el primer cobro de \$41.200 fue un pre-cobro, el cual fue reembolsado de inmediato, de no haber sido así, envíanos un extracto bancario donde esto se evidencie, no encontramos la reversión del segundo cobro de \$40.200,

Para poder hacer la respectiva transferencia de tu dinero necesito que me envíes los siguientes datos:

- Nombre del titular:
- Numero de Cedula de ciudadanía:
- Entidad bancaria:
- Tipo de cuenta (Ahorros o corriente):
- Número de cuenta:

O si lo prefieres, puedes adjuntar por este medio la certificación bancaria generada a través de la sucursal virtual de tu entidad bancaria.

Te recuerdo que para que este proceso sea exitoso la información anterior debe ser correcta. Si hay algún error, el banco la rechazara y tomaremos más tiempo en devolver tu dinero. Es por esto que recomendamos nos envíes una certificación bancaria con la información requerida.

Quedo a la espera.

Valentina [REDACTED]

Customer Care | Rappi

Este correo electrónico es un servicio de Rappi. Entregado por Zendesk

[WVR8X4-X86Y]

"(...) ¡Hola

Hemos validado la información y encontramos que el primer cobro de \$41.200 fue un pre-cobro, el cual fue reembolsado de inmediato, de no haber sido así, envíanos un extracto bancario donde esto se evidencie, no encontramos la reversión del segundo cobro de \$40.200.

Para poder hacer la respectiva transferencia de tu dinero necesito que me envíes los siguientes datos:

- Nombre del titular:
- Número de Cédula de ciudadanía:
- Entidad bancaria:
- Tipo de cuenta (Ahorros o corriente):
- Número de cuenta:

O si lo prefieres, puedes adjuntar por este medio la certificación bancaria generada a través de la sucursal virtual de tu entidad bancaria.

Te recuerdo que para que este proceso sea exitoso la información anterior debe ser correcta. Si hay algún error, el banco la rechazará y tomaremos más tiempo en devolver tu dinero. Es por esto que recomendamos nos envíes una certificación bancaria con la información requerida.

Quedo a la espera (...)"

Finalmente, debe indicarse respecto de la imagen anterior, que el personal de la investigada le indicó al consumidor que se había realizado un pre cobro de \$41.200 que había retornado de manera inmediata al medio de pago empleado, pero que si eso no había sucedido, debía enviar un extracto bancario donde se evidenciara tal circunstancia.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Aunado a ello, se le indicó que no se encontraba la reversión del segundo cobro de \$40.200, por lo que debía suministrar unos datos para que se procedería a hacer la transferencia del dinero y que el éxito de la misma dependía de que se suministrara correctamente la información.

De lo anteriormente descrito y expuesto, de cara a lo que contempla el numeral 1° del artículo 46, correspondiente a que el proveedor que realice ventas a distancia deberá “*cerciorarse de que la entrega del bien o servicio se realice efectivamente en la dirección indicada por el consumidor y que este ha sido plena e inequívocamente identificado*”, se tiene que en este caso, la investigada incumplió con dicha obligación legal, toda vez que si bien el usuario solicitó el pedido, el mismo nunca llegó a la dirección de destino y aun así se realizó un cobro.

Lo anterior, encuentra soporte en las imágenes precedentes y especialmente, en la número 107 en la que el personal de la investigada indicó, que se había verificado la información presentada por el consumidor y que efectivamente “*se generó un problema sobre [la orden] y a pesar de que no se entregó se generó un cobro, por lo cual te ofrecemos la mayor de las disculpas*”.

Así las cosas, ésta al no haberse cerciorado que el producto que se solicitó a través de su plataforma de comercio electrónico no se entregó en la dirección indicada por el consumidor, incumplió con la norma antes expuesta.

Por otra parte y en lo que corresponde al cumplimiento del **literal g) del artículo 50 y el numeral 1.5 del artículo 3 del Estatuto del Consumidor**, la investigada en sus escritos de defensa argumentó que no debía atender dicha obligación legal porque su plataforma no era un portal de comercio electrónico, por lo que este Despacho debe reiterar sobre este aspecto, que el mismo no es de recibo por las consideraciones atrás manifestadas.

De otro lado, en lo correspondiente a que sí contaba con un mecanismo para que los usuarios presentaran las PQR's, este Despacho acoge tal manifestación, ya que como quedó demostrado, ésta tiene un departamento de atención al cliente propio y atiende directamente dichas solicitudes, vía correo electrónico tal y como lo demuestran las imágenes antes expuestas dentro de esta imputación.

Ahora, en lo que se refiere a que el literal g) del artículo 50 del Estatuto del consumidor, únicamente prevé que se disponga de un mecanismo para radicar PQR's y que por ello, no es cierto que se diga que la atención no fue oportuna ni adecuada, este Despacho debe indicarle, que contrario a sus manifestaciones dicha norma no alude únicamente a un mecanismo de recepción, sino que también indica que a través del mismo deba existir la constancia de la fecha y hora en que se presenta la misma, así como que debe existir un mecanismo para que los consumidores puedan hacer el posterior seguimiento a la petición, queja y/o reclamo presentado, así:

“ARTÍCULO 50. Sin perjuicio de las demás obligaciones establecidas en la presente ley, los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos, deberán:

(...)

g) Disponer en el mismo medio en que realiza comercio electrónico, de mecanismos para que el consumidor pueda radicar sus peticiones, quejas o reclamos, de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de la radicación, incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento (...). (Negrilla y subrayado fuera de texto).

De otra parte y en lo que se refiere a que no se vulneró el numeral 1.5 del artículo 3, porque el usuario podía reclamar ante el *Rappitendero* y que ésta facilitaba la comunicación entre los usuarios y *Rappitenderos*, este Despacho debe indicar que no acoge tales manifestaciones, ya que como quedó demostrado previamente en el estudio de la imputación fáctica N° 2, si bien los consumidores pueden contactarse con ellos, éstos no pueden gestionar directamente ninguna PQR, toda vez que los mismos están supeditados a lo que el área de soporte les instruya.

Así las cosas y teniendo en cuenta que, el reproche aquí versa en que aunque tiene un mecanismo para recepcionar y atender las peticiones, quejas y reclamos, el mismo no resulta ser adecuado y oportuno, toda vez que, si bien el consumidor hizo uso del mismo, no se atendió la solicitud dentro de los términos indicados por el personal de la investigada y el usuario se vio abocado a nuevamente contactarla y ésta nuevamente le manifestó que se había recibido la solicitud y que se contactarían con éste; por lo que luego de que el usuario demostrara con soportes que había interpuesto una PQR previa y que se le había indicado una solución, el personal del sujeto pasivo le brindó una información diferente respecto de los cobros que se realizaron y le dijo que para que procediera la reversión se

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

debían suministrar unos datos para gestionar dicha devolución dineraria. Lo anterior, encuentra sustento en las imágenes N° 110 a 112.

Así las cosas, no solo bastaba con que el sujeto pasivo tuviera dispuesto de un mecanismo de PQR's en su plataforma de comercio electrónico, sino que en el mismo debía quedar constancia de la fecha y hora de la radicación y que además tuviera un mecanismo para el posterior seguimiento de las PQR's, por lo que al ver la cadena de correos electrónicos, se pudo advertir que fue el mismo usuario el que tuvo que demostrar con capturas de pantalla que ya había interpuesto una PQR porque había realizado un pedido que nunca llegó a sus manos, que se había realizado el cobro como si se hubiera satisfecho la relación de consumo y que además se le había indicado que como éste no llegó se podía hacer la devolución del dinero a su tarjeta de crédito y que, el mismo para la fecha en que se interpuso nuevamente la queja aún no se había dado.

En tal sentido, la investigada incumplió con las obligaciones legales que le asisten como proveedor que utiliza medios electrónicos y vulneró el derecho que les asiste a los consumidores a reclamar directamente ante ella, para obtener una reparación oportuna y adecuada, respecto de los cobros que se debitan de las tarjetas de crédito sin justificación por las relaciones de consumo que se desarrollan en su plataforma de comercio electrónico.

Por otro lado y si bien la investigada manifestó en sus escritos de defensa que contaba con dos servicios para atender las PQR's de los consumidores como el “*soporte live*” y el “*no live*”, en el que en el primero existía una interacción en línea con los consumidores y el segundo, referente a un servicio post entrega, se pudo observar que en éste caso, si bien es cierto que existen los mismos, ya que se advirtió en las imágenes números 65 a 68 relacionadas en el estudio de la imputación fáctica N° 2 el referido “*soporte live*” y en las imágenes número 107 a 112 antes relacionadas el “*soporte no live*”, los mismos, no atendieron los preceptos normativos objeto de estudio, toda vez que, contrario a lo que ésta indicó, no se garantizó el derecho que les asistía a los consumidores de reclamar ante ésta como proveedor habitual de bienes y/o servicios que hace uso de una plataforma de comercio electrónico para ofrecerlos.

Asimismo y en lo que corresponde a que era importante para ésta que los usuarios confiaran en la plataforma y que por ello podía abstenerse de enviar ese pago al *Rappitendero* y devolvérselo al usuario, este Despacho debe indicar, que es claro en este caso, que la investigada ostenta la obligación legal de realizar las reversiones de los pagos que solicitan los consumidores, por lo que no se explica, que pese a existir una cadena de correos electrónicos en las que el usuario manifestó de manera reiterada que ejercía la prerrogativa de la reversión, que la investigada no haya gestionado de manera adecuada y oportuna tal reclamación.

De otra parte y en lo que corresponde a que el 85% de las PQR's se resolvían en menos de 24 horas, este Despacho debe indicar que no existe un soporte que respalde dichas manifestaciones y aun en gracia de discusión, resulta claro que en este caso, la investigada pese a tener un mecanismo de atención de PQR's, no tramitó de manera adecuada y oportuna las solicitudes de los consumidores, generando que se viera afectado el derecho que les asistía a reclamar ante el proveedor.

Del mismo modo y en lo que corresponde a que en el consolidado de PQR's allegado mediante el radicado número 18-256766-59 del 9 de enero, se podía advertir como entre enero y julio de 2019 se habían resuelto más de 790.000 peticiones, este Despacho debe precisar que dicho soporte probatorio comprende la fecha, el nombre del usuario, motivo breve, descripción y el trámite dado a la misma, más no acredita el porcentaje de cumplimiento aludido, ni el término en que se solucionó la petición, queja o reclamo interpuesta, máxime si se tiene en cuenta en la casilla “*trámite*”, sólo se indicó “*negación*”, “*a favor del cliente*”, “*informativo*”, “*incidencia gestionada con usuario*”, “*solicitud fusionada*”.

De otra parte y en lo que corresponde a que la devolución del dinero o ajuste del precio, no eran pagadas por ella sino por los aliados, este Despacho debe indicar que dicha circunstancia fue estudiada previamente en el acápite de consideraciones previas expuestas en este acto administrativo y se advirtió que si bien, al analizar los soportes probatorios correspondientes a los acuerdos de cooperación y de colaboración, así como la declaración de parte del representante legal suplente, era cierto que ésta realizaba compensaciones y descuentos monetarios a los aliados frente a irregularidades relacionadas con las órdenes solicitadas a través de su medio electrónico, también lo era que ésta participaba activamente en las relaciones de consumo que se desarrollaban en su plataforma y que ésta igualmente en virtud de sus facultades procedía de manera directa a realizar las reversiones de pago, por lo que dichas manifestaciones no son de recibo.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Así las cosas y teniendo en cuenta que, ésta contrario a lo que manifestó en su defensa sí tenía el deber legal de acatar y dar cumplimiento a las normas objeto de estudio, los argumentos encaminados a indicar que el servicio de soporte si fue oportuno y eficaz, no tienen asidero legal. Como consecuencia de ello, se advierte que la investigada incumplió lo dispuesto en el **numeral 1.5 del artículo 3**, que establece el derecho que les asiste a los consumidores a reclamar directamente ante el proveedor y a obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos, así como tener acceso a las autoridades judiciales o administrativas para el mismo propósito **y el literal g) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor**, que señala que se debe disponer en el mismo medio en que realiza comercio electrónico, tanto de mecanismos para que el consumidor pueda radicar sus peticiones, quejas o reclamos, de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de la radicación, como de un mecanismo para su posterior seguimiento.

Ahora bien, en lo que corresponde al **artículo 51 de la Ley 1480 de 2011**, la investigada manifestó que no le era aplicable tal disposición, en virtud de que no era una plataforma de comercio electrónico, sin embargo y como se la ha reiterado, dichas manifestaciones no son de recibo, de conformidad con el estudio que se realizó en este acto administrativo respecto de dicho argumento.

Asimismo y en lo referente a que el pago que realiza el usuario a través de la plataforma no correspondía a la adquisición del bien sino a un reembolso del mismo al *Rappitendero* y que por eso éste lo lleva a la dirección indicada, este Despacho debe indicar que tal argumento no es de recibo, toda vez que los bienes y/o servicios ofrecidos en su medio electrónico tienen un determinado valor y el consumidor paga el precio a cambio de la cosa para que se llegue a desarrollar la relación de consumo. En ese orden e independientemente de que el usuario pague con un método de pago, éste lo hace en virtud de un negocio jurídico que se lleva a cabo en la página web o aplicativo móvil de la investigada.

De esta forma y aclarado lo anterior, esta Autoridad advierte de las imágenes N° 90 a 103 antes expuestas, que pese a que se ejerció la prerrogativa de reversión del pago, la investigada no realizó el trámite de acuerdo con lo que establece el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011, toda vez que, se trató de una venta a distancia a través de comercio electrónico que fue pagada mediante un instrumento de pago electrónico, respecto de la cual se indicó que no se había recibido el producto y se presentó la queja ante ésta como proveedor, con el fin de que procediera a reversar la transacción al comprador.

Ahora, si bien es cierto, que en un primer momento, el personal de la investigada, indicó que realizaría dicho trámite dentro de un lapso de 15 a 20 días hábiles, también lo es que, llegada la fecha informada no se procedió con la realización efectiva de la misma, circunstancia que implicó que se viera afectado el derecho que les asiste los consumidores a solicitar y obtener la reversión de los pagos efectuados a través de instrumentos de pago electrónico. En ese sentido, se advierte en este caso, que la investigada con su conducta incumplió lo dispuesto en el **artículo 51 del Estatuto del Consumidor**, que establece lo concerniente a la prerrogativa de la reversión del pago y su término de ejercicio.

Así las cosas y una vez analizadas las circunstancias fácticas y jurídicas, así como los elementos probatorios que sustentaron este cargo, este Despacho advierte que la imputación fáctica N° 6 está llamada a prosperar y por ello, se procederá a imponer las sanciones administrativas a que haya lugar, de conformidad con lo que dispone el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011.

42.9. Frente al presunto incumplimiento a lo dispuesto en el numeral 1.1 del artículo 3° y el artículo 6° de la Ley 1480 de 2011 – Imputación fáctica N° 7-:

En este cargo, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor imputó presunta responsabilidad a la investigada, por considerar que con su conducta podría configurarse una vulneración a lo dispuesto en el numeral 1.1 del artículo 3° y el artículo 6° de la Ley 1480 de 2011.

De esta manera, esta Autoridad procederá al análisis de la presente imputación fáctica, frente a la conducta de la investigada, los argumentos expuestos y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normativa.

Así las cosas, resulta importante señalar que entre los derechos que les asisten a los consumidores, se encuentra el consagrado en el numeral 1.1 del artículo 3°, referente a recibir productos de calidad y de conformidad con las condiciones que ofrece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Asimismo, el artículo 6° de la Ley 1480 de 2011, establece que todo productor de bienes y/o servicios debe asegurar la idoneidad y seguridad de los mismos, así como la calidad ofrecida.

De lo anterior, resulta oportuno delimitar los conceptos a los que alude el referido artículo, esto es calidad e idoneidad, los cuales definió el Estatuto en su artículo 5°, numerales 1° y 6°, respectivamente; el primero como la “*condición en que un producto cumple con las características inherentes y las atribuidas por la información que se suministre sobre él*”; y el segundo como la “*aptitud del producto para satisfacer la necesidad o necesidades para las cuales ha sido producido o comercializado*”.

De esta manera, debe resaltarse el alcance del significado “*calidad*” en materia de protección al consumidor, por cuanto el mismo hace referencia a la condición en que un determinado producto efectivamente cumple con las características inherentes a él y las que se le han atribuido a través de la información que se les suministra a los usuarios. Así, el aspecto de la calidad debe estudiarse desde tres perspectivas a saber: **i)** normatividad que regula la calidad específica de un producto; **ii)** la información que suministró el productor y/o proveedor respecto del producto y **iii)** las características inherentes del bien o servicio de que se trata.

Ahora, en Sentencia C-749 de 2009 la Corte Constitucional, estableció que como quiera que los consumidores se encuentran en un marco de información asimétrica y desigualdades fácticas con respecto a comercializadores y productores al momento de adquirir bienes y servicios, pues los primeros, depositan la confianza en el prestigio de la marca, la novedad del producto o el éxito mediático obtenido a través de las campañas publicitarias desplegadas en el mercado, se hace imperativo una especial protección⁹⁷.

En ese orden, acerca de la garantía de los productos, es necesario precisar que aquella corresponde a una obligación temporal a cargo de los productores, importadores, proveedores o expendedores de responder ante los consumidores finales acerca de la calidad, idoneidad, seguridad, buen estado y funcionamiento de los productos que pongan a su disposición en el mercado, atendiendo a las condiciones establecidas en la ley o las ofrecidas. Vale la pena señalar que, dicha obligación corresponde a la que indique la ley o la autoridad competente y, a falta de ello, la que anuncie el productor o expendedor. Sin embargo, cuando no se diga nada acerca del término de la misma, se entiende que el lapso será de un (1) año para productos nuevos.

En la misma línea, resulta oportuno poner de presente que, las garantías tienen cabida tanto para los productos como para los servicios, pues para el primer caso, cuando los bienes no sean susceptibles de reparación, los consumidores pueden solicitar directamente el cambio del bien o la devolución del dinero. Ahora, cuando el bien es susceptible de ser reparado, sólo en el evento de repetirse la falla, atendiendo la naturaleza del bien y las características del defecto, podrá solicitar al productor y/o proveedor o expendedor el cambio del bien por otro de similares características o el reintegro del dinero. Así, en las garantías de los servicios, el consumidor podrá decidir si desea la prestación del servicio en las condiciones en las que fue contratado o la devolución del dinero pagado.

De igual modo, resulta pertinente señalar que hace parte de la garantía, la entrega oportuna de los productos, por lo que si el productor o proveedor de un bien se compromete a entregar un producto en una fecha cierta, pero no cumple, el consumidor tendrá derecho a solicitar la devolución del dinero pagado y a rescindir el contrato.

Justamente y con base en lo anterior, esta Dirección inició la presente investigación administrativa, teniendo en cuenta las denuncias que obran en el plenario y las aportadas por la investigada en su momento y de las que se advirtió que, existían inconsistencias relacionadas con la prestación del servicio. En ese orden de cosas, se observó que de las PQR's allegadas, los consumidores de manera reiterada, presentaron peticiones, quejas o reclamos, relacionadas con aspectos como que se canceló y desapareció el pedido, demoras en el mismo, cobros superiores o realización de cobros y no llegó lo solicitado; así como que llegaron los productos, pero eran diferentes de los solicitados, estaban en mal estado o el pedido estaba incompleto; no se aplicaron las promociones o los cupones, no se aplicaron los *RappiCréditos* o el *RappiPrime*, entre otros.

Circunstancias que al ser analizadas, llevaron a esta Autoridad a formular el presente cargo, toda vez que al parecer la investigada vulneró lo establecido en el numeral 1.1 del artículo 3° y el artículo 6° de la Ley 1480 de 2011.

⁹⁷ CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia C-749 de 2009. Expediente D-7686. Magistrado Ponente: VARGAS SILVA, Luis Ernesto. Bogotá D.C. 21 de octubre de 2009.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Frente al particular, la investigada en su escrito de descargos radicado mediante el número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019, manifestó lo siguiente:

“(...) No obstante lo anterior, la SIC no fundamenta este cargo en ninguna situación fáctica concreta en la que puedan evidenciarse las supuestas fallas alegadas por la entidad, lo que impide la debida defensa de Rappi en este caso y constituye una falsa motivación. Se recuerda que las imputaciones deben ser claras y definidas, siendo inadmisibles reprochar situaciones genéricas y carentes de detalle. Esto, pues es imposible ejercer el derecho de defensa y contradicción de manera plena.

Ahora bien, el numeral 1.1 del artículo 3 del Estatuto del Consumidor señala (...)

Esta norma no es aplicable, en principio, a Rappi, por tratarse de una plataforma de contacto, por lo que no es responsable por la gestión de los encargos que realicen los Rappitenderos en virtud del contrato de mandato que celebren con los Usuarios.

No obstante, en caso de que el Rappitendero no realice la gestión encomendada por el Usuario, Rappi reembolsa el dinero pagado a través de su plataforma.

Por su parte, el artículo 6 del Estatuto del Consumidor establece (...)

Si bien la SIC no explica en qué se fundamenta para considerar a Rappi un ‘productor’, lo cierto es que dicha consideración sería absurda pues la plataforma no diseña, produce, fabrica, ensambla o importa ninguno de los bienes que se exhiben en la misma (...).”

Asimismo, en el escrito de alegatos de conclusión radicado con el número 18-256766-76 del 17 de junio de 2020, la investigada argumentó:

“(...) Como sustento fáctico de lo anterior, la Dirección hace referencia al hecho de que las denuncias presentadas en contra de Rappi reflejan presuntas demoras en la entrega, facturación, cobros de más, inaplicación de cupones, la no carga de RappiCréditos, dobles cobros, demoras en las órdenes, faltante del producto, cancelación del pedido, devolución del dinero en RappiCréditos, inexistencia de canales para la presentación de quejas, cobro sin entrega de producto, bloqueo de cuenta sin justificación, entre otros.

Pues bien, para empezar, la fundamentación del cargo por parte de la Dirección carece de claridad y precisión, ya que señala únicamente que habría una falla en la calidad de la prestación del servicio de Rappi con base en que se han presentado denuncias, pero no desarrolla ninguna de las mismas, no establece cuál es el servicio que presuntamente carece de calidad, ni hace la valoración probatoria respectiva para determinar si cada una de esas denuncias tienen o no mérito de cara a la labor de Rappi como plataforma de contacto.

No es posible que la Dirección considere que Rappi ha vulnerado unas normas con base en números de denuncias, sin una investigación seria sobre cada una de ellas para establecer si el consumidor tiene o no la razón y cómo Rappi solucionó cada uno de esos casos. En breve, no hay para este caso una imputación fáctica concreta que pueda dar siquiera un asomo de base para que Rappi ejerza una defensa.

Es que en la Resolución ni siquiera se identifica cada una de esas denuncias para que Rappi pueda ejercer debidamente su derecho de defensa y contradicción, explicando que fue lo que ocurrió con cada una de ellas.

No puede olvidarse que los procesos administrativos sancionatorios deben cumplir con un debido proceso y que se deben brindar garantías al investigado para que pueda ejercer en debida forma su derecho de defensa y contradicción. En este caso, eso no se estaría dando, pues la Dirección imputa un cargo en contra de Rappi señalando, escuetamente, el número de denuncias y/o quejas que se presentaron entre abril y octubre de 2018.

Por otro lado, debe recordarse nuevamente que Rappi, en su calidad de plataforma de contacto, únicamente comercializa la membresía mensual o anual a los consumidores para la utilización de la plataforma con algunos beneficios.

Como puede observarse en la breve sustentación que hace la Dirección en este cargo, las quejas y denuncias no se refieren a ninguno de estos dos productos, por lo que Rappi no estaría infringiendo de ninguna forma las normas citadas en la Resolución, las cuales se refieren al derecho del consumidor de recibir productos de calidad. Por consiguiente, la Dirección debe desestimar también este cargo (...).”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Este Despacho debe indicar frente a los argumentos de la investigada expuestos en sus escritos de defensa, acerca de que no le son aplicables las normas en estudio, que tal y como quedó demostrado en el acápite de consideraciones previas, la misma es un proveedor habitual de bienes y/o servicios que ofrece y comercializa a través de su portal de comercio electrónico los mismos con un ánimo de lucro, razón por la cual dichas manifestaciones no son objeto de recibo.

Asimismo, resulta importante señalar que llama la atención los argumentos de la investigada, ya que por una parte manifestó que no era responsable por la gestión de los encargos que realizan los *Rappitenderos*, pero por otra, indicó que si éste no realizaba la gestión era ella quien reembolsaba el dinero pagado a través de la plataforma, por lo que frente a tales contradicciones, este Despacho debe precisar y reiterar lo establecido en el acápite de consideraciones previas, frente a este aspecto, en el sentido de poner de presente, que éstos tienen un vínculo contractual proveniente del documento de “*términos y condiciones de uso de la plataforma Rappitendero*” que se encuentra dentro del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018 y en virtud del mismo, el sujeto pasivo se prevale de dichas personas naturales para que las relaciones de consumo se perfeccionen, toda vez que el ofrecimiento y entrega de los bienes y/o servicios que se encuentran en la plataforma, no son ni pueden ser actos aislados y por ello, mediante el empleo de esta figura es que se da la entrega efectiva de los mismos.

Aunado a ello, éste tiene dispuesta una plataforma denominada *Rappitendero* que está interconectada con la plataforma que emplean los consumidores y es mediante ella, que el sujeto pasivo les indica las condiciones de tiempo, modo y lugar para que se proceda a realizar la entrega de los bienes adquiridos y así, satisfacer la necesidad de consumo de los usuarios.

Adicional a lo anterior, este Despacho debe indicarle que tal y como se estudió de manera previa en el cargo que antecede, se pudo establecer que era el sujeto pasivo quien efectivamente tenía la obligación legal de realizar las reversiones de pago que le fueran solicitadas por los consumidores que utilizaban su plataforma de comercio electrónico.

Por otro lado y en lo que tiene que ver, con que el presente cargo no se fundamentó en una situación fáctica concreta y que por ello, se constituyó una falsa motivación que le impedía ejercer su derecho de defensa, esta Dirección considera oportuno señalarle a la investigada que la motivación del acto es entendida como:

"(...) la manifestación de la administración [que] tiene una causa que la justifica y debe obedecer a criterios de legalidad, certeza de los hechos, debida calificación jurídica y apreciación razonable; los motivos en que se instituye el acto deben ser ciertos, claros y objetivos. Los motivos del acto administrativo deben ser de tal índole, que determinen no sólo en la expedición de un acto administrativo sino su contenido y alcance; la motivación debe ser clara, puntual y suficiente, hasta tal punto que justifique la expedición de los actos y que suministre al destinatario las razones de hecho y de derecho que: inspiraron la producción de los mismos (...)"⁹⁸.

Asimismo, debe traerse a colación lo concerniente a la falsa motivación de los actos administrativos de la siguiente manera:

*"(...) Sobre la **falsa motivación**, esta [es una] 'causal autónoma e independiente se relaciona directamente con el principio de legalidad de los actos y con el control de los hechos determinantes de la decisión administrativa. Para que prospere la pretensión de nulidad de un acto administrativo con fundamento en la causal denominada falsa motivación, la Sala ha señalado que 'es necesario que se demuestre una de dos circunstancias: a) O bien que los hechos que la Administración tuvo en cuenta como motivos determinantes de la decisión no estuvieron debidamente probados dentro de la actuación administrativa; o b) Que la Administración omitió tener en cuenta hechos que sí estaban demostrados y que si hubiesen sido considerados habrían conducido a una decisión sustancialmente diferente'.*

(...)

Si la Administración desatiende esos mandatos normativos, incurre en vicio de expedición irregular y, por ende, se configura la nulidad del acto administrativo. En efecto, la expresión de los motivos por los cuales se profiere un acto administrativo de carácter particular y concreto es indispensable, pues es a partir de los mismos que el administrado puede controvertir aquellos aspectos de hecho y de derecho que considera no pueden ser el soporte de la decisión, pero cuando se prescinde de la motivación se impide que el particular afectado con la decisión pueda ejercitar cabalmente su derecho de defensa y contradicción' (...)"

⁹⁸ CONSEJO DE ESTADO. Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Cuarta. Radicación número: 11001-03-27-000-2018-00006-00 822326). Consejero Ponente: CHÁVEZ GARCÍA, Milton. 26 de julio de 2017.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Así las cosas y teniendo en cuenta lo anterior, debe indicársele a la investigada que en este caso, en la Resolución N°40214 de 28 de agosto de 2019 *“por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos”*, se plasmó la manifestación de la administración, regida por los criterios de legalidad, debida calificación jurídica y apreciación razonable tanto de los hechos como de los fundamentos de derecho. Tan es así, que esta Dirección teniendo en cuenta lo que establece tanto la Ley 1480 de 2011 como el artículo 47 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, señaló las circunstancias fácticas, las disposiciones presuntamente vulneradas, se individualizó a la persona jurídica objeto de la investigación y las sanciones o medidas que serían procedentes.

En ese sentido, en dicho acto se evidencia respecto de este cargo, que el mismo fue formulado de manera clara, precisa y circunstanciada, toda vez que se expuso la situación fáctica consistente en que al revisar el consolidado de PQR's allegado durante la etapa de averiguación preliminar, se advirtió que múltiples consumidores manifestaron su inconformidad respecto de diversos aspectos que fueron indicados en el acto administrativo en mención.

De tal manera que, al observar los diversos inconformismos de los consumidores respecto de la plataforma de comercio electrónico de la cual es propietaria la aquí investigada, este Despacho procedió a analizar dichas circunstancias de cara a la normativa de protección al consumidor y advirtió que existía mérito para formular el presente cargo y dar inicio a una investigación administrativa.

Aunado a ello, se señaló de manera clara y precisa, las razones de derecho que se consideraban vulneradas, con el fin de que la investigada tuviera claridad de cuál era el supuesto normativo presuntamente infringido. Del mismo modo y luego de individualizar quien era el sujeto pasivo de este trámite, se le puso de presente el régimen sancionatorio aplicable y cuáles serían las sanciones o medidas que serían procedentes.

Ahora, en lo que corresponde a que no se indicó cuál era el servicio que presuntamente carecía de calidad, este Despacho debe indicar que de acuerdo con el acervo probatorio que sustentó este cargo, es claro que el servicio que posiblemente no se ajustó a la normativa en cita, correspondía al que ésta desarrolló a través de la plataforma de comercio electrónico, esto es, a los servicios que surgían posterior a que los consumidores tomaron la decisión razonable de consumo de adquirir bienes y/o servicios a través de dicho medio electrónico, toda vez que se advirtió, que una diversidad de usuarios alegaron frente al mismo *“demoras de entrega”, “me cobraron dos veces”, “mi pedido llegó incompleto”, “mi pedido no fue entregado”, “no aplicó 35 min o gratis”, “trajeron un producto diferente”, “no aplicó RappiPrime a mi pedido”, “se canceló mi pedido y me cobraron”*, entre otros.

En ese orden y como se expuso, esta Dirección realizó el presente reproche de manera clara, teniendo en cuenta que la aquí investigada, era un proveedor habitual de bienes y/o servicios que ofrecía y comercializaba a través de su portal de comercio electrónico los mismos con un ánimo de lucro.

Por otro lado y en lo que corresponde a que no es posible que se considere que se vulneró la normativa en cita, con base en un número de denuncias y sin un análisis de las mismas, esta Dirección debe indicarle a la investigada que la norma no establece un número determinado de peticiones, quejas y/o reclamos, para determinar la relevancia de la infracción de la norma.

En ese orden y tratándose de la prestación de servicios en el que el prestador tiene una obligación de medio, la garantía no está dada en razón del resultado, sino por las condiciones de calidad establecidas en normas de carácter obligatorio, en las ofrecidas o en las ordinarias y habituales del mercado, tal y como lo señala el artículo 7° de la Ley 1480 de 2011.

Así y teniendo en cuenta lo anterior, resulta pertinente recalcar que se entiende que en la prestación de servicios, la garantía está dada por las condiciones de calidad ofrecidas, por lo cual cobra relevancia el consolidado de PQR's que la misma investigada remitió en su momento, el cual puso en evidencia las irregularidades relacionadas con la calidad en la prestación de servicio postventa prestado por ésta.

Advertido tal comportamiento por la investigada, no puede esta Dirección desconocer la significatividad de tales hechos que fueron puestos en conocimiento por parte de un número considerable de consumidores, que pusieron de presente diversos aspectos relacionados con la prestación del servicio que brindó la investigada a través de su plataforma de comercio electrónico.

De igual forma y en lo que corresponde a que las mismas no fueron analizadas ni se identificó cada una para que ésta pudiera ejercer su derecho de defensa y contradicción, esta Autoridad debe indicar que las mismas si fueron objeto de estudio de cara a los fundamentos normativos contemplados en el

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Estatuto del Consumidor y por ello, se formuló el presente cargo; ahora, las mismas si fueron identificadas, toda vez que con el consolidado de PQR's que allegó la investigada, se advirtió que ésta indicó la fecha de la presentación, el nombre del usuario, de qué trataba su PQR y el tipo de solución que le brindó el sujeto pasivo a cada uno de los consumidores allí reportados.

En ese orden, debe traerse a colación el principio “*nemo auditur propriam turpitudinem allegans*” o nadie puede alegar su propia culpa, a través de la cual sostiene que: “*el juez no puede amparar situaciones donde la supuesta vulneración de un derecho fundamental, no se deriva de la acción u omisión de cualquier autoridad sino de la negligencia imprudencia o descuido del particular*”⁹⁹, por lo que para esta Dirección no es admisible que la investigada realice tales manifestaciones respecto del elemento probatorio que ella misma allegó, para señalar que el cargo carece de precisión y claridad y que, por ello, no puede ejercer los derechos de defensa y contradicción.

Así las cosas, no son de recibo tales manifestaciones, cuando es claro que dicho elemento probatorio fue suministrado por ella misma de manera, libre, voluntaria y espontánea y contaba con la información de primera mano, para encaminar su defensa. Por ello, este Despacho debe indicar que la expedición del acto administrativo en mención, se realizó en debida forma, acogida tanto a la norma sustancial como procedimental aplicable y se le suministró al destinatario del mismo, las razones de hecho y de derecho, con el fin que éste durante el curso de la actuación administrativa ejerciera los derechos de defensa y contradicción que le asisten, por lo que, esta Dirección es enfática en resaltar que, en este caso, no se presenta una irregularidad o falencia respecto de la motivación del acto administrativo.

De igual forma, debe puntualizarse que en el acto administrativo cuestionado, se expresaron los motivos determinantes para dar inicio a la presente investigación administrativa, con el fin de que la investigada pudiera debatir aquellos aspectos de hecho y de derecho que considerara no podían ser el soporte de la decisión, por lo que, esta Dirección se aparta de los argumentos expuestos, ya que la Resolución N° 40214 de 28 de agosto de 2019, fue proferida con fundamento en lo evidenciado en la etapa de averiguación preliminar, por lo que la misma está en firme y goza de presunción de legalidad¹⁰⁰.

En consecuencia, se ha salvaguardado y garantizado los derechos que le asisten a la investigada en todas y cada una de las etapas del trámite, en especial el debido proceso, el derecho de defensa y contradicción, por lo que los argumentos esgrimidos sobre este aspecto no pueden ser acogidos.

Por otro lado y en lo referente al argumento mediante el cual indicó que solo comercializaba la membresía “*RappiPrime*”, este Despacho debe indicarle que no es de recibo tal manifestación, ya que como se ha expuesto en diversos apartes de este acto administrativo, está demostrado que ésta no solo le ofreció a los consumidores dicho servicio, por lo que los argumentos de defensa expuestos entorno a este aspecto no son de recibo.

Asimismo y en lo que corresponde al argumento referente a que las PQR's que soportan esta imputación no se refieren a la membresía “*RappiPrime*” y que por ello, no se estaría infringiendo la normativa objeto de estudio y no habría lugar a este cargo, este Despacho debe indicarle que dichas manifestaciones no pueden ser acogidas y que contrario a lo manifestado, de tal elemento probatorio se advierte, que los consumidores presentaron diversas peticiones, quejas y/o reclamos respecto de diversos aspectos relacionados con la operación comercial que realiza el sujeto pasivo a través de su comercio electrónico, así como se presentaron frente a dicho servicio variadas PQR's que el mismo sujeto pasivo las identificó en el consolidado allegado como “*RappiPrime*” y “*no aplicó RappiPrime a mi pedido*”.

Ahora, en lo que se refiere a que dicha norma no le es aplicable porque no ostenta la calidad de productor, este Despacho debe indicarle, que los lineamientos que establecen las normas imputadas correspondientes a la calidad, están directamente ligadas a los bienes y/o servicios que ésta ofrece a través de su plataforma al consumidor final y, en ese entendido, existen pruebas como las que aquí se han analizado a lo largo de esta actuación, que demuestran que los mismos han sido ofrecidos y comercializados a los consumidores, por lo que es factible aplicarle dichas normas y establecer si es procedente o no una sanción.

Así las cosas y expuesto lo anterior, este Despacho con el fin de decidir de fondo este cargo, procedió

⁹⁹ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Novena de la Corte Constitucional. Sentencia T-196 de 1995. Expediente N° T-55091. Magistrado Ponente NARANJO MESA, Vladimiro. 5 de mayo de 1995.; Sala Quinta de revisión de la Corte Constitucional. Sentencia T-1231 de 2008. Expediente N° T-2.000.041., Magistrado Ponente GONZÁLEZ CUERVO, Mauricio. 9 de diciembre de 2008. Sala Segunda de Revisión de Tutelas de la Corte Constitucional. Sentencia T-122 de 2017. Expediente T-5.485.856. Magistrado Ponente GUERRERO PÉREZ, Luis Guillermo. 27 de febrero de 2017.

¹⁰⁰ De conformidad con el artículo 88 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

a analizar en su integridad el acervo probatorio y evidenció, que la investigada cuenta con un departamento propio de servicio al cliente, que tramita y gestiona las PQR's que interponen ante ésta los consumidores. Lo anterior, cobra sustento con la declaración de parte dada por el representante legal suplente de la investigada y cuyo soporte reposa en el consecutivo número 18-256766-61 del 9 de enero de 2020, así:

Pregunta apoderado de la investigada: *Eso último que usted acaba de decir me parece muy importante, nos dijo que quien responde por la calidad del producto es el aliado comercial pero que Rappi ayuda al consumidor para solucionar las inconformidades, usted nos puede explicar un poco más en detalle, ¿cómo gestiona Rappi una petición, una queja o un reclamo de un consumidor frente a un aliado comercial?*

Respuesta: *“Eso es un tema importante que creo que ha sido que la sic nos ha solicitado cierto tipo de aclaraciones, Rappi tiene un departamento de servicio al cliente, precisamente como les decía para que el usuario tenga una mejor experiencia de usuario y para facilitarle las cosas y darle una solución mucho más pronta que le daría el aliado comercial directamente, por temas de que el reclamo ante los aliados comerciales por experiencia de cómo se manejaba antes en estas plataformas era muy malo, entonces digamos que nosotros tenemos un departamento de servicio al cliente en el cual se recibe la petición, queja o reclamo, se le da un trámite, el consumidor dentro de esa aplicación puede ver cómo está esa solución, ese trámite y puede solicitar la devolución del dinero, que se le cambie el producto que se le vuelva a enviar, y como les decía, posteriormente nosotros y con el equipo de servicio al cliente, se revisa eso, se le pasa al aliado comercial y nosotros nos entendemos con el aliado comercial, pero no metemos al consumidor en ese proceso para que no tenga digamos que estar permanentemente involucrado, sino que Rappi se encarga de darle una solución al consumidor y nosotros arreglamos con el aliado para que la cadena sea mucho más limpia y tenga como lo decía, tenga una experiencia de usuario mucho más sencilla, ehmm ¿queda claro o quiere que precise algo más?, digamos lo que hay que entender es que todo esto es en pro del consumidor, no es como buscando que el aliado se libere de algún tipo de responsabilidad, es buscando también ayudarle al aliado a que solucione, es una solución de ambos lados, ayudarle al aliado a que no tenga tanta fricción con el cliente y también ayudarle al consumidor a que no tenga la fricción que es muy lenta con el aliado por la calidad del producto.*”

Les pongo un ejemplo muy sencillo, el aliado recibe como les decía ahorita el pedido que ordenó el usuario, digamos yo Diego Alonso solicité una hamburguesa callejera, con papas fritas malteada de vainilla y coca cola Zero, y el corral por cosas de la vida, me mandó fue una manzana postobón en vez de la coca cola Zero y una malteada de fresa, en vez de la malteada de chocolate, ahí claramente Rappi no tiene responsabilidad porque yo no estoy involucrado en la preparación de los productos ni soy yo quien empaca los productos en la bolsa, por ejemplo y eso sale sellado directamente al consumidor porque el Rappitendero no tiene por qué manipular eso, entonces cuando llega el producto y el usuario la recibe dice uy!, me llegó la hamburguesa...me llegó la manzana postobón y yo pedí fue coca cola y me llegó la malteada me voy a quejar, entonces obviamente la gente dice me voy a quejar ante Rappi, porque piensan que Rappi fue el de la embarrada y no pues el error fue realmente del aliado, entonces uno se mete a la plataforma, va al centro de ayuda, que es donde uno puede digamos poner la queja, eso se lo hemos compartido a la superintendencia, como es el proceso, videos, imágenes, solicito y pongo, me llegó mal el producto coca cola y me llegó mal el producto malteada, entonces Rappi inmediatamente le plantea unas opciones al consumidor para solucionarle rápidamente, quiero que me envíen el producto correcto, quiero mi devolución del dinero y con base en eso, el usuario después puede decir cómo quiere recibir el dinero si lo quiere digamos que se le devuelva su tarjeta de crédito, su dinero en efectivo, ahí hay varias opciones que tienen el usuario, pero es para facilitarle la vida inmediatamente y que el usuario no tenga que estar envuelto en eso si después el producto llega mal como efectivamente paso en este caso, Rappi va ante el corral y les dice, señores corral, en todos los productos que ustedes hicieron en este mes se evidenció precisamente por una pqr que envió a través del centro de ayuda el usuario consumidor, todo esto llego mal nosotros necesitamos una compensación, porque pues esto es un error de ustedes y no nuestro y con el aliado comercial nos entendemos y el aliado comercial responde por esto y nosotros así compensamos porque nosotros ya le solucionamos al consumidor, pero es precisamente para que sea mucho más dinámico, eficiente y rápido que nosotros con un departamento de servicio al cliente ayudemos tanto al aliado comercial a resolver ese tipo de conflictos que se generan y darle una solución más pronta al consumidor, básicamente sería eso. (Subrayado fuera de texto) (Minuto 25:40 en adelante).

(...)

Dirección: “¿Quién decide sobre la reclamación si prospera o no la solicitud del quejoso?”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Respuesta: *“se hace una evaluación de la situación, por seguir con el ejemplo que habíamos planteado ahorita, en el caso de la malteada y la gaseosa equivocada, se confirma con el aliado si efectivamente la malteada o la coca cola salió mal y con base en esa información Rappi toma una decisión en el servicio al cliente si se prospera o no devolver el dinero o cambiarle el producto al consumidor, digamos que eso se evalúa, pero como les decía muchas veces y para ser muy claro y esto es algo que para facilitarle la vida al consumidor, muchas veces ni siquiera se confirma si la coca cola salió mal o no, si el usuario ingresa a la plataforma y pone me llegó mal la coca cola, inmediatamente puede tener la devolución del dinero y le va a quedar reflejado, obviamente si es un tema de devolución a tarjeta de crédito, ustedes saben que por las entidades bancarias eso no depende de Rappi, se demora un tiempo en verse reflejado nuevamente en el extracto, pero ni siquiera a veces ni se confirma, se cree en la buena fe del usuario, el consumidor y se dice ok, me llegó mal el producto y se le devuelve ahí mismo el dinero o se le solicita que se le cambie se genera la orden inmediatamente para que le vuelva a llegar el producto, ya después nosotros hacemos la evaluación con el aliado como les decía y verificamos con el sistema del aliado si efectivamente el producto que fue enviado salió mal pero realmente como les decía y en pro del consumidor y de sus derechos, nosotros muchas veces ni verificamos porque nosotros lo que necesitamos es que el usuario tenga la mejor experiencia posible, y en esa medida, con solo dar click, yo les podría explicar ahorita si quieren sería bueno poder mostrar el ejemplo, con poner ese producto llegó mal, ahí mismo se devuelve el dinero al consumidor básicamente así funciona. (Subrayado fuera de texto). (Minuto 37: 22 en adelante).*

Asimismo, se pudo establecer que ésta contaba con diversos canales para atender las PQR's, que como ésta misma los denominó en sus argumentos de defensa, correspondían a unos soportes de atención al cliente “live” o “no live”, así:

Imagen N° 113 (Anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018-Soporte “Live”-)

The screenshot shows a chat interface with the following content:

- Header: CHAT RAPPITENDERO | SOPORTE
- Profile: Soporte (with a Rappi logo icon)
- Message 1 (Support): buenos días carolina, nos comunicamos contigo para informarte que en el momento no es posible hacer garantía de los precios que solicitas en el momento. 10:59 a. m.
- Message 2 (Support): sin embargo podemos garantizarte los precios de costo del almacén. 11:00 a. m.
- Message 3 (Support): esto dado a que en nuestros terminos y condiciones estamos sujetos a disponibilidad de existencias de las promociones en el punto de venta. 11:00 a. m.
- Message 4 (Support): deseas continuar con el pedido? 11:01 a. m.
- Message 5 (Customer): Y cual es la razón para vulnerar los derechos e incumplir la ley 1480 de 2011. 11:01 a. m.
- Message 6 (Customer): Deseo que me de los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar los camarones en el precio publicado por ustedes. 11:01 a. m.
- Product Card: Camaron jumbo, Camaron jumbo, \$60.296, Productos relacionados.
- Footer: Chatea con tu Rappi...

“Soporte

Soporte: buenos días carolina, nos comunicamos contigo para informarte que en el momento no es posible hacer garantía de los precios que solicitas en el momento.

Soporte: sin embargo podemos garantizarte los precios de costo del almacén.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

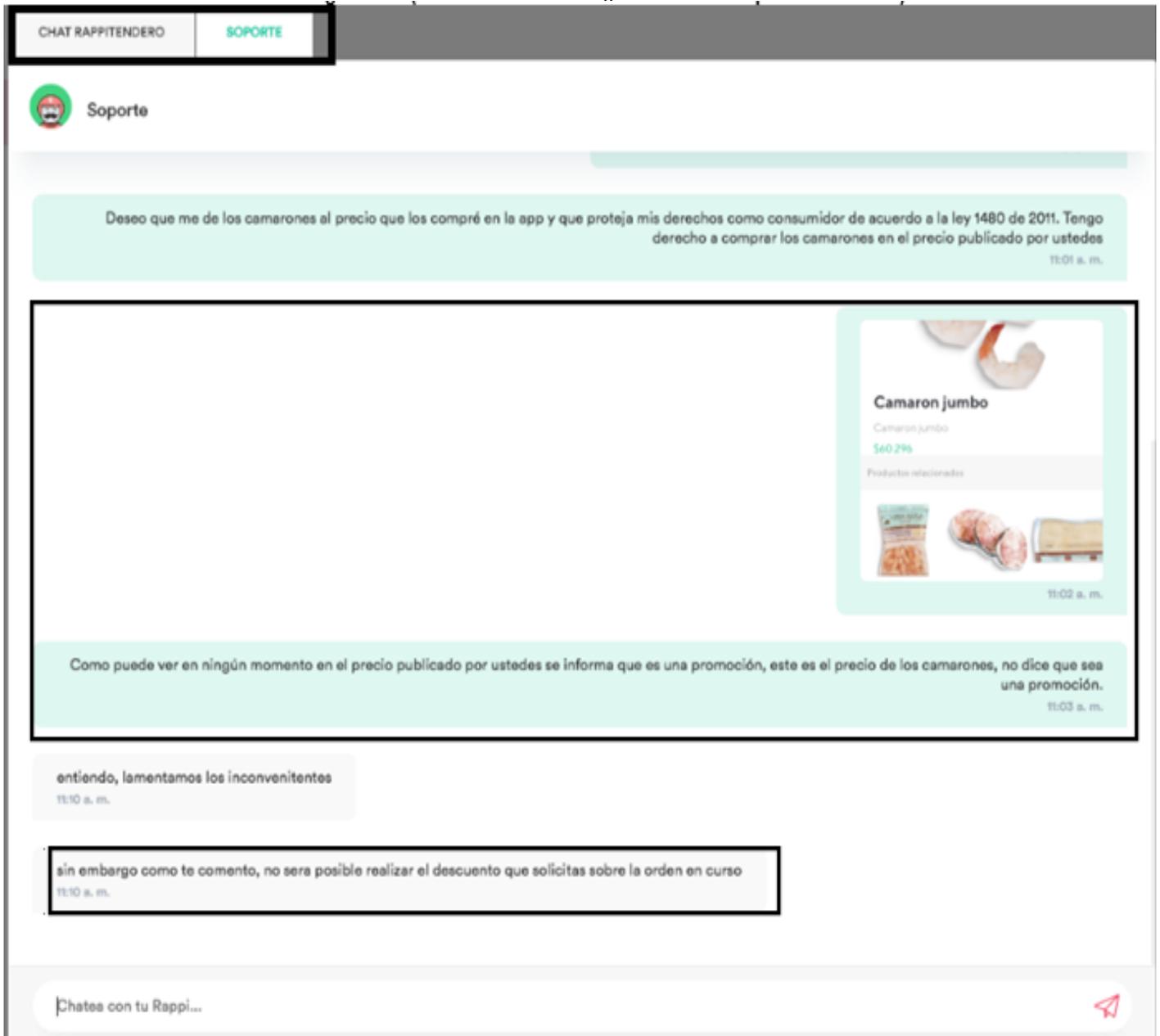
Soporte: esto dado a que en nuestros términos y condiciones estamos sujetos a disponibilidad de existencia de las promociones en el punto de venta

Soporte: Deseas continuar con el pedido?

Consumidor: y cuál es la razón para vulnerar los derechos e incumplir la ley 1480 de 2011

Consumidor: deseo que me de los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar los camarones en el precio publicado por ustedes (...). (Negrilla y subrayado fuera de texto).

Imagen N° 114 (Anexo de la denuncia radicada por un consumidor mediante el número 18-247095 de 28 de septiembre de 2018-Soporte “Live”-))



“Soporte:

Consumidor: deseo que me dé los camarones al precio que los compré en la app y que proteja mis derechos como consumidor de acuerdo a la ley 1480 de 2011. Tengo derecho a comprar lo camarones en el precio publicado por ustedes

Consumidor: imagen “camarón jumbo 460.296”

Consumidor. Como puede ver en ningún momento en el precio publicado por ustedes se informa que es una promoción, este es el precio de los camarones, no dice que sea una promoción.

Soporte: entiendo, lamentamos los inconvenientes

Soporte: sin embargo como te comento, no será posible realizar el descuento que solicitas sobre la orden en curso. (Negrilla y subrayado fuera de texto).

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Imagen N° 115 (Cadena de correos electrónicos entre un consumidor y el área de soporte de *Rappi* allegados con la denuncia radicada con el N° 18-238879 de 21 de septiembre de 2018—“Soporte no live”)

21/9/2018

Gmail - [Rappi] Re: Se cancelo mi pedido y me cobraron



Laura Palacios <astorquiza.88@gmail.com>

[Rappi] Re: Se cancelo mi pedido y me cobraron

4 mensajes

<support@rappicall.zendesk.com>

14 de agosto de 2018, 3:24

Responder a Rappi <support+id1496461@rappicall.zendesk.com>

Para: [REDACTED]

##- Por favor, escriba su respuesta por encima de esta línea -##



[REDACTED] (Rappi)

14 ago. 3:24 COT

¡Hola [REDACTED]

Gracias por escribirnos. Estamos trabajando para encontrar la solución juntos. Lamento la demora en dar respuesta a tu solicitud.

Entendemos tu molestia y queremos reiterar nuestras disculpas pues tu satisfacción es nuestra prioridad y todos los detalles que puedan afectar tu experiencia son muy importantes para nosotros, hemos revisado a fondo la información que nos proporcionas, y definitivamente tienes toda la razón.

Verificando tu orden he confirmado que se genero un problema sobre ella y a pesar de que no se entrego se genero un cobro, por lo cual te ofrecemos la mayor de las disculpas.

En este caso para hacer la respectiva devolución, te ofrecemos 2 formas.

1. Transferencia: En caso de que prefieras la consignación bancaria te pediría nos ayudes con una certificación bancaria de la cuenta en la cual deseas hagamos la transferencia bancaria, esta tarda de 3 a 5 días hábiles.
2. Reversión: Este proceso tarda de 15 a 20 días hábiles.

Quedo atenta.

¡Esperamos tu respuesta y deseamos que tengas un excelente día!

<https://mail.google.com/mail/u/0?ik=fc708bb042&view=pt&search=all&permthid=thread-f%3A1608190674464902566&siml=msg-f%3A1608762090207308703&...> 1/3

“[Rappi] Re: se canceló mi pedido y me cobraron (...)

(...Rappi)

¡Hola (...)

Gracias por escribirnos. Estamos trabajando para encontrar la solución juntos. Lamento la demora en dar respuesta a tu solicitud.

Entendemos tu molestia y queremos reiterar nuestras disculpas pues tu satisfacción es nuestra prioridad y todos los detalles que puedan afectar tu experiencia son muy importantes para nosotros, hemos revisado a fondo la información que nos proporcionas, y definitivamente tienes toda la razón.

Verificando tu orden he confirmado que se generó un problema sobre ella y a pesar de que no se entregó se generó un cobro, por lo cual te ofrecemos la mayor d las disculpas.

En este caso para hacer la respectiva devolución, te ofrecemos 2 formas.

7. Transferencia: En caso de que prefieras la consignación bancaria te pediría nos ayudes con una certificación bancaria de la cuenta en la cual deseas hagamos la transferencia bancaria. Esta tarda de 3 a 5 días hábiles.
8. Reversión: Este proceso tarda de 15 a 20 días hábiles.

Quedo atenta

¡Esperamos tu respuesta y deseamos que tengas un excelente día!”.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Aunado a ello, ésta allegó un consolidado de PQR's a través del consecutivo número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018, en el que se evidenció que, ésta de manera directa recibía las PQR's de los consumidores y procedía a darles trámite. Situación incluso respaldada con el consolidado de PQR's que aportó durante el curso del periodo probatorio mediante el radicado número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, que ratifica lo aquí mencionado.

En ese sentido, es claro para este Despacho que la investigada tiene dentro de sus facultades, la de recibir y tramitar las PQR's que interponen los consumidores ante ella. Ahora bien, al analizar el referido consolidado que allegó en su momento el representante legal de manera libre, voluntaria y espontánea y que obra dentro del primer radicado antes mencionado, esta Dirección evidenció que los consumidores interpusieron diversas PQR's ante la investigada relacionadas con la prestación de sus servicios a través de la plataforma de comercio electrónico, durante los meses de abril hasta el 17 de octubre de 2018, así:

Tabla N° 2 (Radicado N° 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018-PQR's allegadas por la investigada-¹⁰¹). Elaboración propia

PQR's	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
Pedidos: demoras en el pedido, en la entrega o en la orden, cancelaron/desapareció mi pedido, mi pedido no fue entregado	7.324	12.510	10.680	12.513	18.085	20.835	9.378
Cobros: Me cobraron de más, me cobraron dos veces, me cobraron y no llegó, se canceló mi pedido y me cobraron	5.363	14.539	19.164	32.223	39.782	20051	9.366
Productos: me trajeron un producto diferente, no llegó algún producto, trajeron un producto en mal estado	13.116	23.696	41.124	53.535	60.522	70.392	41.601
RappiCréditos: no aplicó cupón/promoción, no aplicó RappiCréditos, no me cargaron los RappiCréditos, se borraron los RappiCréditos	3.054	12.017	9.180	8.777	4.804	6.346	2.985
Promociones y ofertas: no me aplicó el cupón, no me aplicó la promoción	6	3.593	5.371	10.081	7.614	8.150	4.200
Promesa de entrega: no me aplicó 35 minutos o gratis, no aplicó promesa de minutos o gratis	19	2.216	3.473	5.946	5.897	4.545	2.412
Rappitendero: tuve problemas con mi Rappitendero (domiciliario), tuve problemas con mi RT, incidente grave con mi Rappi	2124	3708	4929	5643	5038	6062	2584
RappiPrime: no aplicó RappiPrime en mi pedido, dar de baja RappiPrime, cancelar RappiPrime	721	864	441	1475	1287	1829	952
Facturación: Facturación Colombia, Quiero la factura de mi pedido	754	227	2754	2717	862	226	11
Otras PQR's: ¿cómo funciona una promoción?, ¿Cómo puedo pagar? Configuración medios de pago, cupón referido, dar de baja cuenta, eliminar notificaciones app, empezar a usar la app, ingresa cupón, necesito una diligencia, nuestra cobertura, nuestra oferta, pedidos anteriores, quiero aparecer en Rappi, realiza tu primer pedido, tengo un antojo, tu opinión nos importa, aviso privacidad, quiero der Rappitendero, ¿cómo utilizar RappiCréditos?, agregar y/o cambias datos de la cuenta, spam, pending, mi cuenta está bloqueada, cancelar o bloquear RappiPay, tengo una duda de RappiPay, formulario web.	5886	13280	20.724	20.121	16.542	24.173	12.829

De lo anterior, se puede evidenciar que si bien los consumidores, presentaron peticiones y/o solicitudes encaminadas a indagar aspectos relacionados con el uso de la plataforma y de los servicios ofrecidos,

¹⁰¹ Relación de la información proporcionada por la investigada y consolidada por esta Dirección, de conformidad con la clasificación suministrada en el archivo de Excel (.xls) que se encuentra dentro del radicado número 18-256766-2 del 24 de octubre de 2018.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

tal y como se evidencia del ítem relacionado en la tabla anterior como “*otras PQR’s*”, también es cierto que los usuarios que utilizan la plataforma de comercio electrónico *Rappi*, presentaron peticiones, quejas y/o reclamos relacionadas con inconvenientes con los productos, los *RappiCréditos*, los pedidos, los cobros injustificados, la no aplicación de promociones u ofertas, el incumplimiento respecto de las promesas de entrega, así como vicisitudes relacionadas con los *Rappitenderos*, la facturación y la membresía *RappiPrime*.

Así y si bien en dicho consolidado, no se advierte un registro completo del motivo de la PQR ni el trámite y/o gestión que realizó la investigada frente a cada una de ellas, si se puede establecer conforme con la clasificación que realizó el sujeto pasivo para presentar dicho soporte, que los consumidores, interpusieron peticiones, quejas y/o reclamos respecto de los motivos que fueron expuestos en la anterior tabla y que dan cuenta que, por ejemplo, respecto de los pedidos, se puso de presente una inconformidad relacionada con demoras en los mismos, cancelaciones y desapariciones de las órdenes o que éstos no fueron entregados.

De esta forma y a modo de ejemplo, los señores, Alejandra Agudelo, Alejandro Mena, Andrea Castillo, Andrés Alonso, manifestaron su inconformidad ante la investigada por dicho aspecto en el mes de abril de 2018, situación igualmente predicable de las PQR’s interpuestas por los señores Camilo Lindarte, Diego Alonso, Alexandra Zambrano, Daniel Salazar, quienes presentaron ante la investigada una queja por demoras en las órdenes y/o pedidos en el mes de mayo de 2018; Juan Felipe Rojas Serrano, María Alejandra García, Gabriela León, Leticia Ramírez Torres, Lilian Ortiz para el mes de junio de 2018; Luisa Guevara, Daniela Ribeiro, Paula Bonilla, Diego Ceballos, Juan Felipe Lozano para el mes de julio de 2018, Silvia Moreno, Armando Abello Herrera, Laura Cristina Vásquez, Hugo Navarro, Sergio Bedoya, para el mes de agosto de 2018, Consuelo Castañeda, Julián García, Violeta León, Ana Orrego, Sebastián González para el mes de septiembre de 2018, Diego Manjarrez, María Alejandra Ardila, Eduardo Salinas, Santiago García, para el mes de octubre de 2018.

Igualmente, se pudo observar que por ejemplo, los señores Adriana Rojas, Aldo Pérez, Ángela Suárez, Camila Fajardo, interpusieron una PQR ante la investigada en el mes de abril de 2018, por inconformidades relacionadas con que solicitaron un pedido y se les realizó un cobro de más a lo solicitado inicialmente, así como por ejemplo, los señores, Alejandro Vargas, Andrea Peñaranda, Andrés Valencia, Camila Guerra, indicaron que pese a que se les realizó un cobro, los bienes y/o servicios adquiridos no les fueron entregados. Situación igualmente predicable de las diversas PQR’s interpuestas en los meses de mayo hasta al 17 de octubre de 2018, tal y como se advirtió de la información que se extrajo de dicho consolidado y que se encuentra representado en la tabla N° 1 relacionada anteriormente.

De igual manera, se pudo establecer que, pese a que los consumidores ingresaron a la plataforma de comercio electrónico y tomaron una decisión razonable de consumo para adquirir diversos productos, los mismos llegaron en mal estado, como por ejemplo, en el caso de los señores Ana Marín Ferrín Flórez, Isabela Osorio, Paula Machado, quienes pusieron una PQR en el mes de Julio de 2018 o que los productos no llegaron completos o fueron diferentes a los solicitados, como en el caso de los señores Jesús Martínez, Miguel Ángel Ortega, Jesús Guzmán, Rubén Ramírez, quienes presentaron quejas en el mes de junio de 2018 o los señores Iván lozano, Mauricio Restrepo, Natalia Salgado, quienes para el mes de agosto de 2018, pusieron de presente dicha situación.

Asimismo y en lo que tiene que ver con los métodos de pago propios de la investigada, también se advirtió una inconformidad por parte de los consumidores, por lo que resulta importante poner de presente que diversos usuarios manifestaron que no les habían aplicado los *RappiCréditos* dados en promoción, que se habían borrado o que no habían sido cargados a sus cuentas. Así y a modo de ejemplo, resulta importante destacar que, por ejemplo, en el mes de mayo de 2018, 12.017 consumidores interpusieron una PQR ante la investigada por dichos aspectos, como por ejemplo, los señores Andrés Tapias, Lina Cadavid, Álvaro Méndez, Angélica García, Natalia Linero, Raquel Araujo.

Del mismo modo, se advirtió igualmente que la investigada pese a llevar a cabo promociones u ofertas en su plataforma de comercio electrónico, no cumplió las mismas, de allí que los consumidores hubieran presentado durante el lapso de abril al 17 de octubre de 2018, diversas PQR’s sobre este aspecto. En ese orden, se puso de presente, que pese a existir las mismas, al momento de hacer uso de éstas, no se aplicó el cupón o promoción; así para el mes de agosto de 2018, por ejemplo, los señores Carlos Garzón, Eduardo Morales, Jorge Rincón, Daniel herrera, interpusieron una queja manifestando dichas circunstancias y el sujeto pasivo gestionó dichas “*incidencias con el usuario*”¹⁰².

¹⁰² En el consolidado de PQR, se advierte en la casilla tipo de solución “*Incidencia gestionada con el usuario*”.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Ahora bien, del anterior consolidado también se observó, que los consumidores interpusieron PQR's porque la investigada les indicó que si los pedidos no llegaban en 35 minutos serían gratis, pero de las peticiones, quejas y reclamos presentadas, se advirtió que ésta no cumplió con la promesa de entrega; así por ejemplo, para el mes de julio y agosto de 2018, se presentaron más de 5000 PQR's relacionadas con este tema, como la de los señores Diego Sarmiento Gómez, Mery Gómez, Ricardo Medida, Alfredo Mancipe, Esteban Bedoya, Mariana García, Pedro Castro, quienes manifestaron su inconformidad por este aspecto.

Por otro lado, también se evidenció que por ejemplo, los señores Juan Muñoz León, Luis Patiño, Germán Vega, Manuel Ríos, Felipe Castrillón, para el mes de septiembre de 2018, interpusieron una PQR manifestando su inconformidad respecto del servicio de domicilio que realizaron los *Rappitenderos*.

Igualmente y en lo que corresponde a la membresía *RappiPrime* ofrecida por la investigada, se evidenció que los consumidores interpusieron diversas PQR's en el lapso de abril al 17 de octubre de 2018, en las que manifestaron que pese a tener la membresía activa no se les había aplicado dicho valor al domicilio, siendo que esa era la finalidad de la misma, tal y como se estudió en el acápite de consideraciones previas. Asimismo, estos presentaron PQR's relacionadas con cancelar y darle de baja a dicho servicio. A modo de ejemplo, los consumidores que interpusieron peticiones, quejas y/o reclamos por este concepto en el mes de julio de 2018, fueron: Carlos Montoya, Omar Ramírez, Sonia rodríguez, Sebastián Londoño, Carolina Uribe, Felipe Sarria, Andrés Delgado.

De lo anterior y si bien es cierto que, la investigada dio respuesta a las PQR'S presentadas, puede advertirse un inconformismo e insatisfacción de los clientes que adquirieron los bienes y/o servicios ofrecidos y comercializados por ésta. Lo anterior, por cuanto, *“las fallas en la calidad e idoneidad no solo se presentan ante un desempeño defectuoso o deficiente (...) sino también cuando las expectativas del consumidor se defraudan por la falta de conformidad entre lo que se promete y lo que realmente se entrega o porque no cumplen con ellas”*¹⁰³, en este caso, por una defraudación de las expectativas del consumidor de recibir los bienes y/o servicios que adquirieron con la investigada, dentro de los tiempos que les fueron informados.

Finalmente y en lo correspondiente a la facturación, diversos consumidores en el lapso de abril al 17 de octubre de 2018, presentaron PQR's encaminadas a obtener la factura de los pedidos adquiridos a través de la plataforma; así por ejemplo, para los meses de mayo, junio y julio se presentaron más de 2000 PQR's relacionadas con este aspecto, por los señores Carolina Londoño, Hugo Arciniegas, Natalia Mejía, Sebastián Cabrera, Juan Calderón, Sara Medida, para el mes de mayo de 2018; Viviana Álzate, Karina Muñoz, Manuela Restrepo, Jorge Bustos, para el mes de junio y Alexander Páez, Juan Camilo Molina, Estefanía Vélez para el mes de julio de dicho año.

Por lo que en este caso y pese a que en el consolidado de PQR's analizado, se advierte que ésta tramitó los inconvenientes expuestos en las peticiones, quejas y/o reclamos, dicha circunstancia no la exime de cumplir con la calidad del servicio ofrecido entorno a su operación comercial, máxime si se tiene en cuenta que, ésta es un profesional en su campo y está en una posición dominante respecto de su modelo de negocio, dado que tiene la potestad de verificar, auditar y disponer de los elementos, mecanismos y herramientas necesarias para poner los bienes en el comercio y garantizar que éstos sean recibidos por los consumidores que adquieren sus productos en los tiempos establecidos, así como el aplicar los medios de pago, las membresías y las promociones que ofrece y que tiene dispuestas para los consumidores en su plataforma de comercio electrónico.

De esta manera y teniendo en consideración que ésta es la llamada a dirigir, actuar y comprometer su actividad en el comercio, en tanto los actos que ésta ejecuta o deja de desarrollar producen un impacto directo en su esfera jurídica, se advierte una deficiencia en la calidad del servicio ofrecido, que surge en el momento en que los consumidores deciden tomar una decisión razonable de consumo y llevan a cabo un negocio jurídico mediante el empleo de una venta a distancia a través de una plataforma de comercio electrónico.

De esta manera, el proveedor que pone los bienes y/o servicios en el mercado, tiene a su cargo las consecuencias que se puedan derivar de la promoción, idoneidad, calidad y seguridad de los bienes¹⁰⁴. Así y en consideración de la responsabilidad que existe en materia de consumo, la conducta exigida de ellos cuando participan en el mercado, no es otra distinta de la que se le exigiría a un profesional

¹⁰³ SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Delegatura para la Protección del Consumidor. Resolución N° 63352 de 5 de octubre de 2017. Expediente N°13-220948.

¹⁰⁴ Corte Constitucional. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-1141 de 2000. Expediente D-2830. Magistrado Ponente: CIFUENTES MUÑOZ, Eduardo. 30 de agosto de 2000.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

en la materia que consiente los riesgos que asume en el desarrollo de su actividad comercial y de cada una de las medidas que toma para evitar la transgresión de las normas y la afectación de los derechos de los consumidores.

Por ello y una vez analizado el material probatorio, se advierte que ésta incumplió con el deber de asegurar la idoneidad y seguridad de los bienes y/o servicios que ofrezca o ponga en el mercado, así como la calidad ofrecida y por ello, pudo afectar los derechos de los usuarios a recibir los mismos conforme con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado.

Como consecuencia de lo anterior y una vez estudiados los fundamentos fácticos y jurídicos del caso, de cara al material probatorio y los argumentos esgrimidos por el sujeto pasivo en su defensa, esta Dirección se aparta de las consideraciones realizadas por ésta y advierte que, la presente imputación fáctica está llamada a prosperar, toda vez que ésta incumplió con lo que se establece en **el numeral 1.1 del artículo 3°** que dispone que los consumidores tienen el derecho a recibir los productos de conformidad con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado **y el artículo 6°** del Estatuto del Consumidor que señala que todo productor debe asegurar la idoneidad y seguridad de los bienes y servicios que ofrezca o ponga en el mercado, así como la calidad ofrecida razón por la cual procederá a imponer las sanciones administrativas a que haya lugar, teniendo en cuenta lo establecido en el artículo 61 del mentado estatuto.

CUADRAGÉSIMO TERCERO: SANCIÓN ADMINISTRATIVA

Encontrándose demostrado el incumplimiento por parte de **RAPPI S.A.S.** identificada con NIT. 900.843.898-9, respecto de los numerales 1.1, 1.3 y 1.5 del artículo 3°, los artículos 6°, 23, el numeral 2.2. del artículo 24, los artículos 26, 29, 30, 33, los numerales 1°, 2°, 9° y 13 del artículo 43, los numerales 1° y 4° del artículo 46, el artículo 47, los literales b), c), d), g) y el parágrafo del artículo 50 y el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011, así como el numeral 2.1.1, el literal a) del numeral 2.1.1.2, los numerales ii y iii del literal a) del numeral 2.1.2.1, y los numerales 2.3 y 2.3.2 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio y los numerales 9° y 10° del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015, se debe imponer una sanción pecuniaria en los términos establecidos en el Estatuto del Consumidor¹⁰⁵.

Así las cosas y para efectos de la graduación de la multa deberá atenderse a las particularidades del presente caso, de cara a los criterios establecidos en el parágrafo del artículo 61 de la Ley 1480 del 2011, que corresponden a: **i)** el daño causado a los consumidores; **ii)** la persistencia en la conducta infractora; **iii)** la reincidencia en la comisión de las infracciones en materia de protección al consumidor; **iv)** la disposición o no de buscar una solución adecuada a los consumidores; **v)** la disposición o no de colaborar con las autoridades competentes; **vi)** el beneficio económico que se hubiere obtenido para el infractor o para terceros por la comisión de la infracción; **vii)** la utilización de medios fraudulentos en la comisión de la infracción o cuando se utiliza a una persona interpuesta para ocultarla o encubrir sus efectos; y **viii)** el grado de prudencia o diligencia con que se hayan atendido los deberes o se hayan aplicado las normas pertinentes.

Teniendo que, aunque este Despacho revisará los ocho (8) criterios para fijar una sanción ajustada a derecho, y que se observan los principios de proporcionalidad y razonabilidad, la participación de los mismos dependerá de su pertinencia frente a los hechos probados. De manera que, en la tasación de la multa, algunos afectarán directamente el valor de la misma y otros serán descartados por su incapacidad de alterar la estimación cuantitativa.

En ese sentido, este Despacho le pone de presente a la investigada que, para la graduación de la presente sanción, se tendrán en cuenta los criterios que le sean aplicables según las circunstancias específicas probadas y propias del caso, máxime cuando de la lectura del artículo mencionado previamente, se interpreta que, el fallador no se encuentra obligado a fundamentar la sanción en cada uno de los criterios establecidos, ya que la aplicación de éstos depende de las circunstancias del *sub-examine*.

En cuanto al **daño a los consumidores**, se tendrá en cuenta que la afectación a que hace referencia este criterio difiere del daño cierto y resarcible y más bien obedece a la potencialidad con que la conducta infractora puede perjudicar a un universo de consumidores y que el hecho de infringir el

¹⁰⁵ Reglamentado por el **Artículo 1° del Decreto 074 de 2012: Criterios para graduar las sanciones administrativas**. “Para efectos de imponer las sanciones previstas en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, la Superintendencia de Industria y Comercio aplicará los criterios establecidos para la graduación de las multas, previstos en el parágrafo 1° del mismo artículo”.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

marco jurídico de esta investigación, involucra la vulneración de un interés jurídico tutelado desde la constitución -los derechos de los consumidores-. En este caso, los relacionados con el derecho que les asiste a recibir productos de calidad; a recibir información; a reclamar, a recibir protección contra la publicidad engañosa; a recibir protección contractual y más aún por el canal de comercialización usado por el aquí investigado, el comercio electrónico, que permitió llevar los productos comercializados a un número indefinido de consumidores.

Así, frente a la **imputación fáctica N° 1**, se tiene que se pudo haber afectado el derecho que les asiste a los consumidores a recibir información, toda vez que, lo suministrado a través de la publicidad *“Acabas de recibir \$18.000 pesos en RappiCréditos”*, fue insuficiente, por cuanto no se les indicó a éstos de manera inequívoca y completa lo referente a los términos y condiciones para entender la trascendencia del anuncio y no se le permitió conocer el contenido y alcance de la publicidad, máxime cuando en este caso, se estaba frente a un incentivo económico de carácter temporal para la adquisición de los bienes y/o servicios que se comercializaban en la plataforma *Rappi* en condiciones más favorables a las habituales y en la que era fundamental, especificar todos aquellos elementos que permitieran o limitaran el uso de dicho valor del método de pago, con el fin de que los usuarios tuvieran los elementos de juicios suficientes para tomar una decisión razonable de consumo.

Asimismo, la información en este caso no fue precisa, toda vez que no se les indicó a los consumidores con exactitud la fecha de terminación de la promoción y cuáles eran y en qué consistían los términos y condiciones para poder hacer uso de esos \$18000 COP en *RappiCréditos* publicitado por la investigada, siendo que éstos eran determinantes para tomar una decisión razonable de consumo. Aunado a ello y teniendo en cuenta que la información no se ajustó a la realidad, la misma careció de veracidad, toda vez que no hubo correspondencia entre los atributos que se ofrecían respecto de dicho incentivo y los que efectivamente se le otorgaban a los usuarios de la plataforma de comercio electrónico *Rappi*. En ese orden, ésta con su conducta pudo ocasionar una afectación al derecho que les asiste a los consumidores de recibir información, por lo que se constituyó una violación del numeral 1.3 del artículo 3° y el artículo 23 del Estatuto del Consumidor.

Del mismo modo y teniendo en cuenta que, como en este caso se trató de una publicidad respecto de la promoción *“Acabas de recibir \$18.000 pesos en RappiCréditos”*, se advirtió que no se cumplieron las condiciones objetivas en ella anunciada y por ello, la misma se tornó en engañosa, por lo que se indujo o pudo inducir en error a los consumidores, toda vez que no se suministró ni la fecha de finalización de la promoción ni los términos y condiciones para acceder al incentivo de manera veraz y adecuada para la comprensión de la pieza publicitaria objeto de análisis, razón por la cual se constituyó un incumplimiento a lo establecido en los artículos 29 y 30 del Estatuto del Consumidor, en concordancia con el numeral 2.1.1, el literal a) del numeral 2.1.1.2 y los numerales ii y iii del literal a) del numeral 2.1.2.1 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia y en ese orden, se pudo ver afectado el derecho que les asiste a los consumidores a ser protegidos contra la publicidad engañosa.

De la misma forma y teniendo en cuenta que, si bien era cierto que se visualizaba la fecha de inicio de la promoción, no se advirtió la fecha de validez de la misma, por lo que la investigada al ser un proveedor que utiliza medios electrónicos, incumplió con la obligación legal contenida en el inciso segundo del literal b) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor.

Igualmente, se tiene que ésta vulneró lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 1480 de 2011, toda vez que respecto de la publicidad de la promoción *“Acabas de recibir \$18.000 pesos en RappiCréditos”*, no se informaron las condiciones de tiempo, ni los términos y condiciones para acceder a las mismas.

Por otro lado y en lo concerniente al **primer sub cargo de la imputación fáctica N° 2**, se pudo advertir que la investigada, pudo afectar el derecho que les asiste a los consumidores, a recibir información clara y suficiente, toda vez que no se suministró de forma inequívoca y completa, lo referente a que el precio del producto *“Camarón Jumbo”* se daba con ocasión de un incentivo, así como tampoco se pusieron de presente las condiciones de tiempo respecto del mismo, por lo que no se le permitió a los consumidores conocer el contenido y alcance de lo que se indicó respecto del precio de dicho producto, por lo que los usuarios en este caso, no contaron con los elementos de juicios suficientes para tomar una decisión razonable de consumo.

De la misma forma, la información no fue oportuna, toda vez que no se les dio a conocer a los consumidores en el momento y/o espacio que lo necesitaron, que los precios del producto antes mencionado, estaba dado en razón de un incentivo y a sus condiciones de vigencia. De igual modo, no fue precisa, toda vez que en dicho enlace no se estableció con exactitud el porqué de dicho precio anunciado por la investigada, siendo que dicho valor era determinante para tomar una decisión

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

razonable de consumo. Por ello, se advirtió en este caso, que el sujeto pasivo vulneró lo dispuesto en el artículo 23 y el numeral 2.2 del artículo 24 del Estatuto del Consumidor.

Adicionalmente, debe indicarse que en este caso, la información suministrada fue carente de veracidad, toda vez que no se ajustó a la realidad el precio suministrado, ya que si bien en la plataforma *Rappi* se indicó el monto de \$60.296 por cuatro kilogramos del producto en mención, la investigada se negó a sostener el mismo y decidió que si la consumidora deseaba dicho bien se le cobraría un valor diferente, por lo que en este caso, no hubo una correspondencia entre el precio ofrecido y anunciado y el que al parecer verdaderamente tenía el bien, por lo que en este caso, la información así suministrada pudo afectar la decisión de los consumidores y por ello, se vulneró igualmente lo establecido en el artículo 23 y el numeral 2.2 del artículo 24 del Estatuto del Consumidor.

De la misma manera y si bien es cierto que en este caso, la investigada informó visualmente el precio de dicho producto en pesos colombianos, también lo es que ésta trasgredió el artículo 26 de la norma en cita, en concordancia con el numeral 2.3 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, toda vez que los consumidores solo estaban obligados a pagar el precio anunciado, pero de la información que se proporcionó a través de los canales “*chat Rappitendero*” y “*soporte*”, se indicó que no era posible garantizar el mismo y que el valor por dicho producto seleccionado correspondía a un monto superior que no fue visualmente informado en ningún momento.

Así las cosas y teniendo en cuenta que el sujeto pasivo era un proveedor que utilizó medios electrónicos, incumplió con la obligación legal de indicar el plazo de validez de la oferta, ya que no se indicó que el precio del producto “*Camarón Jumbo*” estaba dado en razón de un incentivo y en donde era esencial indicar su vigencia, razón por la que en este caso, se vulneró igualmente lo dispuesto en el inciso segundo del literal b) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor.

A su turno y respecto del **segundo sub cargo de la imputación fáctica N° 2**, también se evidenció que la investigada con su conducta pudo afectar el derecho que les asisten a los consumidores a recibir información, toda vez que ésta al haber incluido en el documento de “*términos y condiciones de uso de la plataforma Rappi-Consumidor*”, la disposición “*En caso de que el Consumidor pague su orden en efectivo y el Mandatario no pueda devolver el cambio, Rappi se hará responsable y le cargará créditos a su cuenta por el valor correspondiente (...)*”, ocasionó que la información suministrada no fuera suficiente, porque omitió lo correspondiente a que el cambio debido debía ser en la moneda de curso legal, por lo que los consumidores no contaron con los elementos de juicio suficientes para saber plenamente, que el obtener la devolución de vueltas correctas era un derecho que les asistía y que era una obligación del sujeto pasivo, para que pudieran elegir si hacían uso de esa plataforma y utilizaban el método de pago efectivo respecto de los precios anunciados, a sabiendas de que posiblemente el sujeto pasivo no cumpliera con el deber de otorgar las vueltas correctas o seleccionar otro método de pago y así tomar una decisión razonable de consumo. En ese orden, se advierte que el sujeto pasivo vulneró el artículo 23 del Estatuto del Consumidor.

Aunado a ello, se advierte en este caso, que se desconocieron las disposiciones concernientes a la información que debía suministrar el proveedor respecto del precio y la información pública de precios, en concordancia con lo que se establecía respecto de las vueltas correctas, toda vez que si bien el consumidor podía llegar a pagar el precio visualmente informado haciendo uso de efectivo, mediante tal disposición, se presumió la aceptación del consumidor respecto de que no se le entregara el cambio debido en la moneda de curso legal, sino mediante unos *RappiCréditos* que aunque tienen un equivalente en dinero, no correspondían a lo que determina el precepto normativo frente al tema de las vueltas correctas, esto es, que la devolución se haga en la moneda de curso legal y que en caso de que no se dispongan de las denominaciones necesarias para suministrar el cambio debido o vueltas correctas, el dinero que le sea reintegrado al consumidor debía corresponder a la cifra superior más cercana a la que se tenga disponibilidad.

En tal sentido, ésta vulneró lo dispuesto en el numeral 2.2 del artículo 24 y el artículo 26 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el numeral 2.3.2 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

Del mismo modo y teniendo en cuenta que el sujeto pasivo era una proveedor que utilizaba medios electrónicos, incumplió con la obligación legal de informarle a los usuarios, que en caso de que se hiciera uso de efectivo como medio de pago, tenían el derecho a recibir las vueltas correctas en la moneda de curso legal y no en *RappiCréditos*, para que pudieran adoptar una decisión de compra libremente y sin ser inducidos en error, razón por la cual vulneró lo dispuesto en el literal c) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Por otra parte y en lo concerniente a la **imputación fáctica N° 3**, se tiene que la investigada con su conducta infringió lo dispuestos en los numerales 1°, 2°, 9° y 13 del artículo 43 del Estatuto del consumidor, toda vez que incluyó en sus “*términos y condiciones de uso de la plataforma Rappi-Consumidor*”, disposiciones contractuales que pudieron producir un desequilibrio injustificado en perjuicio de los consumidores, implicándoles a éstos una renuncia de los derechos que por ley les corresponden, que se presumiera una manifestación de su voluntad cuando de esta se derivaban erogaciones y obligaciones a su cargo, así como restringió o eliminó la facultad que éstos tenían para hacer efectivas las garantías ante el sujeto pasivo y éste incluyó disposiciones que limitaron la responsabilidad de las obligaciones legales que le asistían como proveedor, por lo que en este caso, se pudo afectar el derecho que les asistía a los usuarios a ser protegidos contractualmente.

De igual manera y en consideración de lo antes expuesto, se observó que en este caso, el proveedor al utilizar medios electrónicos, trasgredió la prohibición legal que determina que no se podían establecer en el medio electrónico disposiciones contractuales en las que se presumiera la voluntad del consumidor cuando de ésta se deriven erogaciones a su cargo, razón por la cual se vulneró lo dispuesto en el inciso 5° del literal d) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor.

De otro lado y en lo que corresponde a la **imputación fáctica N° 4**, se observa que ésta pudo afectar el derecho que les asiste a los consumidores a recibir información, toda vez que la investigada contrarió lo dispuesto en el numeral 4° del artículo 46 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo establecido en los numerales 9° y 10° del artículo 2.2.2.37.8 del Decreto Único Reglamentario 1074 de 2015 y ocasionó que los consumidores no pudieran de manera previa a la aceptación de la oferta conocer la existencia del derecho de retracto y el derecho de reversión, circunstancia que pudo potencialmente ocasionar la afectación del derecho en mención.

Por otra parte y en lo referente a la **imputación fáctica N° 5**, se advierte que ésta con su conducta pudo haber afectado el derecho que les asiste a los consumidores a recibir información, toda vez que ésta contrarió lo dispuesto en el parágrafo 50 del Estatuto del Consumidor y ocasionó con su incumplimiento a los deberes legales que le asisten en el marco del comercio electrónico, que los consumidores no pudieran ingresar a la página de esta Entidad, como la Autoridad de Protección al Consumidor de Colombia, por lo que no tuvieron las herramientas idóneas para informar cualquier situación que pudiera potencialmente perjudicar sus derechos y le impidió a su vez, a esta Dirección desplegar sus funciones de inspección, control y vigilancia, a efectos de velar por la observancia de las disposiciones en materia de protección al consumidor de comercio electrónico.

Ahora bien, frente a la **imputación fáctica N° 6**, la investigada con su conducta vulneró el numeral 1° del artículo 46, toda vez que no se cercioró que la entrega de los bienes adquiridos a través de su plataforma de comercio electrónico se realizara en la dirección indicada por el consumidor. Aunado a ello, ésta pudo haber afectado el derecho que les asiste a los consumidores a reclamar directamente ante ella como proveedor, toda vez que si bien dispuso de un mecanismo de PQR's en su medio electrónico, el mismo no fue oportuno y adecuado, no se dejaba constancia de la fecha y hora de la recepción así como tampoco incluyó un mecanismo a través del cual los consumidores pudieran hacer seguimiento a sus peticiones, quejas y/o reclamos, por lo que en este caso, ésta vulneró lo dispuesto en el numeral 1.5 del artículo 3 y el literal g) del artículo 50 del Estatuto del Consumidor.

Igualmente, ésta contrarió lo dispuesto en el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011 y ocasionó con su incumplimiento a los deberes legales que le asisten en el marco del comercio electrónico, una afectación al derecho que tienen los consumidores de recibir información, toda vez que ésta no atendió tal precepto normativo, respecto del procedimiento para realizar la reversión del pago, que como se sabe, es un derecho que les asiste a los consumidores ante el proveedor que utiliza medios electrónicos.

Finalmente y en lo que tiene que ver con la **imputación fáctica N° 7** y con fundamento en las múltiples quejas allegadas por los consumidores, se determina que la investigada no garantizó la calidad de la prestación de los servicios ofrecidos a través de su plataforma de comercio electrónico, toda vez que, entre otras cosas, no cumplió frente a las entregas de los pedidos, respecto de las promociones u ofertas aplicables, realizó cobros injustificados a los consumidores, entregó productos diferentes o los mismos llegaron en mal estado a manos de los usuarios, así como no aplicó la membresía *RappiPrime* para que cubriera los gastos de los domicilios, situación que pudo ocasionar que éstos vieran defraudadas sus expectativas y se viera afectado el derecho que les asiste a recibir bienes y/o servicios de calidad, por lo que en este caso, se constituyó una violación al numeral 1.1 del artículo 3 y el artículo 6° de la Ley 1480 de 2011.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Por otra parte y en lo que respecta a la **reincidencia** en la comisión de las infracciones en materia de protección al consumidor, esta Dirección pudo constatar a través del Sistema de Trámites y Gestión Documental de esta Entidad, que la investigada de manera previa al presente procedimiento administrativo sancionatorio, ya había sido sancionada por infringir las normas de protección al consumidor, particularmente, lo dispuesto en el artículo 23, 29, 30 y los numerales 2.1.1.1 y 2.1.1.2 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio, mediante la Resolución N° 62908 de 30 de agosto de 2018 y confirmada a través de las Resoluciones N° 93929 de 28 de diciembre de 2018 y 35457 del 12 de agosto de 2019, dentro del trámite radicado con el número 15-238747, situación que impacta de manera directa en el valor de la multa que a continuación se impone.

Ahora y en lo concerniente al criterio del **beneficio económico** que hubiere obtenido para el infractor o para terceros por la comisión de la infracción, se pudo establecer que de conformidad con los soportes probatorios que obran en el radicado número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020, que la sociedad bajo el argumento expuesto en su escrito de descargos identificado con el radicado número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019 y en el de alegatos de conclusión aplicable a esta investigación e identificado con el radicado 18-256766-76 del 17 de junio de 2020, manifestó que el único “*producto que comercializaba era la membresía RappiPrime*”, por lo que ésta sólo allegó la relación de ventas de dicho servicio.

Así y al tener en cuenta que dicho medio probatorio, esta Dirección evidenció de conformidad con el criterio de dosificación en mención, que la investigada registró ventas por el servicio “*RappiPrime*”, durante el mes de junio y julio de 2019, por un valor de \$2.025.973.174 y que en total para el periodo comprendido entre el 1 de enero al 31 de julio de 2019, ésta obtuvo un ingreso por dicha membresía por valor de \$6.268.091.964, de acuerdo con el estado de resultados integral suscrito tanto por el representante legal como por el contador público, que se encuentra dentro del radicado número 18-256766-59 del 9 de enero de 2020

Finalmente, este Despacho debe señalar que, dadas las circunstancias particulares de la presente investigación contra la aquí investigada, no son aplicables los criterios de dosificación comprendidos en los numerales 2°, 4°, 5°, 7° y 8° del párrafo 1 del artículo 61 de la Ley 1480 de 2011.

Así las cosas, teniendo en cuenta que el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, establece el régimen sancionatorio por las infracciones a las normas del Estatuto del Consumidor, esta Dirección, atendiendo a las circunstancias particulares del sub-examine, le impone una multa a **RAPPI S.A.S.** identificada con NIT. 900.843.898-9, por la suma de **MIL SETECIENTOS CINCUENTA Y CINCO MILLONES SEISCIENTOS SEIS MIL PESOS M/CTE (\$1.755.606.000)**, equivalentes a **DOS MIL (2000)** salarios mínimos legales mensuales vigentes, a la fecha de la presente resolución.

CUADRAGÉSIMO CUARTO: FRENTE A LA ACTUACIÓN DEL APODERADO DENTRO DE ESTE TRÁMITE ADMINISTRATIVO:

Que el doctor **ALEJANDRO ACEVEDO ESCALLÓN**, actuó como apoderado de la aquí investigada y se encuentra acreditada tal calidad de conformidad con el poder debidamente conferido por la investigada y que se encuentra dentro del plenario identificado con el número 18-256766-31 del 30 de septiembre de 2019 y que corresponde al escrito de descargos que presentó la sociedad en mención, respecto de la presente investigación.

CUADRAGÉSIMO QUINTO: CONSIDERACIÓN FINAL

De conformidad con lo establecido en el artículo 49 de la Ley 1955 de 2019¹⁰⁶, por medio de la cual se expidió el “*Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022*”, les corresponde a las autoridades que tengan a su cargo cobros, sanciones, multas, tasas, tarifas y estampillas fijados con base en el salario mínimo legal mensual vigente (SMLMV), establecer a partir del 1° de enero de 2020, dichos valores en la unidad de Valor Tributario –UVT vigente.

En cumplimiento de la anterior disposición, esta Entidad a efectos de cumplir con lo antes expuesto, procederá a tener en cuenta respecto del valor de la multa el monto del salario mínimo legal mensual

¹⁰⁶ “A partir del 1 de enero de 2020, todos los cobros, sanciones, multas, tasas, tarifas y estampillas, actualmente denominados y establecidos con base en el salario mínimo mensual legal vigente (smmlv), deberán ser calculados con base en su equivalencia en términos de la Unidad de Valor Tributario (UVT). En adelante, las actualizaciones de estos valores también se harán con base en el valor de la UVT vigente.

PARÁGRAFO. Los cobros, sanciones, multas, tasas, tarifas y estampillas, que se encuentren ejecutoriados con anterioridad al 1 de enero de 2020 se mantendrán determinados en smmlv.”

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

vigente para la presente vigencia fiscal¹⁰⁷ así como calculará el equivalente en el valor de la Unidad de valor Tributario vigente¹⁰⁸ para el momento de la imposición de la sanción.

En mérito de lo expuesto, esta Dirección,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: IMPONER una multa a **RAPPI S.A.S.** identificada con NIT. 900.843.898-9, por la suma de **MIL SETECIENTOS CINCUENTA Y CINCO MILLONES SEISCIENTOS SEIS MIL PESOS M/CTE (\$1.755.606.000)**, equivalentes a **DOS MIL (2000)** salarios mínimos legales mensuales vigentes a la fecha de la presente resolución de conformidad con la parte motiva de esta providencia.

PARÁGRAFO PRIMERO: El monto de la sanción impuesta a **RAPPI S.A.S.** identificada con NIT. 900.843.898-9, equivale a **49305, 08046170697 UVT**.

PARÁGRAFO SEGUNDO: El valor de la sanción pecuniaria que por esta resolución se impone, deberá efectuarse utilizando la forma universal de recaudo, consignando en efectivo o cheque de gerencia en el Banco de Bogotá, Cuenta Corriente No. 062-87028-2, a nombre de la Superintendencia de Industria y Comercio, Código Rentístico No. 03, NIT. 800.176.089-2, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la ejecutoria de esta resolución, pago que debe acreditarse en la ventanilla de la Tesorería de esta Superintendencia con el original de la consignación, donde le expedirán el recibo de caja aplicado a la resolución sancionatoria. Vencido este plazo se cobrarán intereses por cada día de retraso, liquidados a la tasa del 12% efectivo anual.

ARTÍCULO SEGUNDO: RECONOCER personería jurídica a **ALEJANDRO ACEVEDO ESCALLÓN**, identificado con la cédula de ciudadanía número 1.018.414.692 y Tarjeta Profesional número 196.243 del C.S. de la J., como apoderado de **RAPPI S.A.S.** identificada con NIT. 900.843.898-9, en los términos y para los efectos del poder conferido¹⁰⁹.

ARTÍCULO TERCERO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente resolución a **RAPPI S.A.S.** identificada con NIT. 900.843.898-9, a través de su apoderado, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra el presente acto administrativo proceden los recursos de reposición ante la Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor y apelación ante la Superintendente Delegada para la Protección del Consumidor, los cuales deben ser interpuestos dentro de los diez (10) días siguientes a la notificación de este acto y conforme a lo establecido en el artículo 76 de la Ley 1437 de 2011.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D. C., 16 de octubre de 2020

La Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor,

PAOLA ANDREA PÉREZ BANGUERA

NOTIFICACIÓN

Investigada:

Identificación:

Representante legal:

Identificación:

Dirección de notificación judicial de la investigada:

Ciudad:

Correo electrónico de

Notificación judicial de la investigada:

RAPPI S.A.S.

NIT. 900.843.898-9

FELIPE VILLAMARIN LAFAURIE

C.C. N° 1.136.881.540

Calle 93 N° 19-58

Bogotá D.C.

legal@rappi.com

Apoderado:

Identificación:

Tarjeta Profesional:

ALEJANDRO ACEVEDO ESCALLÓN

C.C. N° 1.018.414.692

196.243 del C.S. de la J.

¹⁰⁷ El salario mínimo legal mensual vigente para el año 2020 es de OCHOCIENTOS SETENTA Y SIETE MIL OCHOCIENTOS TRES pesos (\$877.803).

¹⁰⁸ El valor de Unidad de Valor tributario (UVT) que regirá para el año 2020 es de TREINTA Y CINCO MIL SEISCIENTOS SIETE PESOS (\$35.607).

¹⁰⁹ De conformidad con el poder que obra en el plenario dentro del radicado número 18-256766-31 del 30 de septiembre.

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Dirección de notificación
indicada por el apoderado:

Avenida Calle 92 N° 11-51, Piso 4.
Bogotá D.C.

Ciudad:

Correos electrónicos de notificación

Indicados por el apoderado:

alejandro.acevedo@garrigues.com y
jose.miguel.delacalle@garrigues.com

Proyectó: DCBJ
Revisó: LMAR
Aprobó: PAPB