



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

RESOLUCIÓN NO. NÚMERO 12996 DE 2023

(16 MAR 2023)

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Radicación No. 19-198723

VERSIÓN PÚBLICA

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

En ejercicio de sus facultades legales, en especial de las conferidas por el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, el numeral 6 del artículo 11 del Decreto 4886 de 2011, y

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, en adelante la Dirección, mediante la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022¹, impuso a **RAPPI S.A.S.**, en adelante la sancionada, una multa por la suma de mil doscientos cuarenta y cinco millones de pesos M/cte. (\$1.245.000.000), equivalentes a mil doscientos cuarenta y cinco (1.245) salarios mínimos legales mensuales vigentes a la fecha de la imposición de la sanción, correspondientes a 32.759,71 UVT por el incumplimiento de los artículos 6, 23, 29, 30, los literales c) y d) del artículo 50 y el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, y de lo establecido en el numeral 2.1.2.4 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

SEGUNDO: Que inconforme con la citada resolución, la sancionada el día 29 de marzo de 2022², interpuso el recurso de apelación.

TERCERO: Que mediante la Resolución No. 28543 del 13 de mayo de 2022³, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor resolvió conceder el recurso de apelación interpuesto.

CUARTO: Que en el recurso la sancionada adujo como consideración preliminar que, contrario a las manifestaciones hechas por la Dirección, **RAPPI S.A.S.**, sí allegó escrito de alegatos de conclusión dentro del término de diez (10) días señalado en la Resolución No. 75168 de 23 de noviembre de 2021. Explicó, que el acto administrativo se envió por correo electrónico el día 23 de noviembre de 2021, y en ese sentido el término asignado vencía el día 7 de diciembre de 2021. En consecuencia, advirtió que para tal fecha envió un correo electrónico con sus alegatos de conclusión, y que esta Entidad lo recibió según constancia emitida por el servidor del apoderado de la sancionada.

Aclarado lo anterior, el impugnante expuso como argumentos del recurso de apelación, los que se resumen a continuación:

a. "Consideraciones frente al régimen de responsabilidad aplicable en materia de derecho al consumo".

Respecto de las consideraciones de la Dirección en relación con el carácter objetivo del régimen de responsabilidad aplicable, el recurrente indicó que, según la Dirección, para demostrar la falla en la calidad del servicio eran suficientes algunas peticiones, quejas y reclamos asociadas con la vulneración de los derechos de los consumidores, y que la fuerza mayor alegada durante el "Día de la Madre" no resultó probada. Contrario a lo anterior, manifestó que se requería un análisis

¹ Radicado número 19-198723-52.

² Radicado número 19-198723-60.

³ Radicado número 19-198723-62.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

comparativo del total de servicios prestados de forma satisfactoria frente a la cantidad de peticiones, quejas y reclamos.

RAPPI S.A.S. agregó, que en todo caso esta Entidad tenía la carga de probar la adecuación típica entre la conducta reprochada y el supuesto de hecho establecido en la norma. En consecuencia, como la imputación se hizo por el presunto incumplimiento del artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, la tipicidad de la conducta se atendía cuando se cumplieran cabalmente los elementos correspondientes a que la sancionada tuviera la calidad de productora o proveedora de los bienes y servicios respecto de los cuales se reputó la falta de calidad, y que el proveedor no asegurara la calidad de los bienes y servicios en términos del cumplimiento de sus características inherentes y las atribuidas por la información suministrada de ellos a los consumidores.

Luego de hacer las precisiones anteriores, **RAPPI S.A.S.** aseveró que la Dirección no demostró la tipicidad de la conducta porque no era productora ni proveedora de los bienes y servicios exhibidos, ofrecidos y comercializados a través de su "Plataforma", y que, en todo caso, si se considerara que la compañía tenía esa condición, la existencia de algunas peticiones, quejas y reclamos no demostraba la falla en la calidad.

Advirtió, que el Estatuto del Consumidor exigía valorar la conducta reprochada y los estándares de calidad en el servicio que se reputaban incumplidos, lo que, según el censor, no se realizó.

Asimismo, señaló que el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011 no exigía un número determinado de peticiones, quejas y reclamos para probar la falla en la calidad del servicio, porque la calidad era un estándar de cumplimiento de las características inherentes de un bien o servicio, y no un esquema de perfección. Para **RAPPI S.A.S.**, los argumentos de la Dirección asemejaban la obligación de calidad a un estándar de perfección. En su sentir, las apreciaciones de la Dirección llevaban a la conclusión de que era preferible no tener canales para atender las peticiones, quejas y reclamos, para que no existiera ningún soporte que esta Superintendencia pudiera utilizar para encontrar configurada una falla en la calidad.

RAPPI S.A.S., manifestó entonces, que el régimen de responsabilidad objetiva no eximía a esta Autoridad de evaluar el cumplimiento de los estándares de calidad en el caso concreto, con lo que era necesario examinar el contenido de las peticiones, quejas y reclamos, y demostrar los bienes y servicios que se llevaron a cabo de forma satisfactoria.

Teniendo en cuenta lo anterior, el recurrente mencionó que del total de "RappiFavores", solo un (0,0303%) de los consumidores presentaron una petición, queja o reclamo, lo que según él otorgaba una calificación positiva de la calidad del servicio, demostrando que la proporción de las peticiones, quejas y reclamos era ínfima comparada con todas las órdenes en las que no existía ningún requerimiento. Agregó, que todas las peticiones, quejas y reclamos invocados fueron solucionados.

En el mismo sentido, informó que en el periodo de tiempo comprendido entre el día 2 de enero y el día 24 de diciembre de 2019, se solicitaron sesenta y cuatro millones cuatrocientos dos mil doscientas sesenta y dos (64.402.262) órdenes de "Aliados Comerciales" entregadas por los *Repartidores* de forma satisfactoria, y entre el día 1 y el día 10 de marzo de 2020 tres millones ciento cuatro mil seiscientos veintiséis (3.104.626) de órdenes satisfactorias. Añadió, que del total de órdenes hechas durante el día 2 de enero y el día 24 de diciembre de 2019, solo 0,087% de los compradores presentaron una petición, queja y/o reclamo, y del periodo comprendido entre el 1 y el 10 de marzo de 2020, solo el 0,01%, concluyendo que, al evaluar los estándares de calidad, no se configuró una falla en la calidad del servicio.

b. "Consideraciones frente al modelo de negocio de Rappi".

La sancionada afirmó que la conclusión de la Dirección según la cual **RAPPI S.A.S.**, era una "plataforma de comercio electrónico" se basaba en un entendimiento equivocado de la definición de *portal de contacto* y desconocía su modelo de negocio.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Respecto del entendimiento equivocado de la definición de "*portal de contacto*", se refirió al término "*se limita*" explicando que el mismo daba a entender que un "*portal de contacto*" no podía hacer nada más que contactar a los proveedores con los posibles consumidores, con lo que para la Dirección el mismo funcionaba como una "*página de clasificados comerciales*" en donde se informaban los bienes y los proveedores.

En relación con el término "*de manera independiente*", **RAPPI S.A.S.** señaló que las transacciones no podían llevarse a cabo a través del "*portal de contacto*", y para la Dirección los consumidores usaban la información para, de manera independiente, ponerse en contacto con los proveedores a través de canales diferentes al portal. Agregó, que para la Dirección el *portal de contacto* no podía obtener beneficios derivados de las relaciones de consumo, e invocó lo considerado en la Resolución No. 40212 de 2019, en donde se estableció que **RAPPI S.A.S.**, era un proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico al verificar que su rentabilidad aumentaba con la concreción de las relaciones de consumo.

La sancionada cuestionó que la Dirección hubiera establecido que dicha compañía era un proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico porque contaba con una *plataforma electrónica* y medios de pago, tenía canales de atención al cliente, obtenía beneficios derivados de las relaciones de consumo, y era la encargada de entregar los bienes exhibidos, ofrecidos y comercializados. Según **RAPPI S.A.S.**, dichas afirmaciones no eran coherentes con lo dispuesto en la Ley 1480 de 2011 y en la *Guía para la Protección del Consumidor de Comercio Electrónico*.

Invocó el artículo 53 del Estatuto del Consumidor, definiendo un "*portal de contacto*" como una "*plataforma electrónica*" en la que se ofrecían bienes y servicios para su comercialización, y los consumidores podían contactarlos por ese medio. En ese sentido, el recurrente afirmó que la definición empleada por la Dirección era diferente a la de la Ley 1480 de 2011, ya que la norma no mencionaba que el *portal de contacto* se limitaba a poner en contacto a los proveedores y los consumidores, ni que las relaciones debían concretarse de forma independiente. Agregó, que la Ley establecía que los consumidores y los proveedores podían comunicarse por ese medio.

Igualmente, **RAPPI S.A.S.** advirtió que la definición de *portal de contacto* debía interpretarse según la "*Guía para la Protección del Consumidor de Comercio Electrónico*", en donde se definió que aquel era un intermediador en las relaciones de consumo a través de una *plataforma electrónica* que permitía el contacto entre los actores y el acceso a *valores agregados* que facilitaban la concreción de la transacción. Por lo tanto, la defensa afirmó que el hecho de que **RAPPI S.A.S.**, contara con una plataforma de pagos y atendiera las peticiones, quejas y reclamos de los consumidores, no convertía su modelo de negocio en un proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico.

El apoderado elaboró una tabla con las diferencias de la definición de *portal de contacto* entre el acto administrativo sancionatorio, la Ley 1480 de 2011 y la "*Guía para la Protección del Consumidor de Comercio Electrónico*", indicando que el hecho de permitir el contacto entre proveedores y consumidores a través de otros medios, distintos a la *plataforma electrónica*, no disponer de plataformas de pago ni de mecanismos de atención de peticiones, quejas y reclamos, y no obtener beneficios derivados de las relaciones de consumo concretadas entre proveedores y consumidores, eran elementos invocados por la Dirección en el acto impugnado, pero que no estaban ni en la Ley 1480 de 2011 ni en la "*Guía para la Protección del Consumidor de Comercio Electrónico*".

Evidenció entonces, que la definición de portal de contacto empleada por la Dirección era diferente a la establecida en el Estatuto del Consumidor y en la "*Guía para la Protección del Consumidor de Comercio Electrónico*", y en consecuencia, equivocada. Así, el censor estimó que mantener la definición de "*portal de contacto*" del acto sancionatorio era una extralimitación en las funciones de la Dirección, ya que no tenía facultad para crear leyes, modificarlas o interpretarlas, y una vulneración al principio de confianza legítima al comportarse de forma contradictoria e inconsecuente.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

De dicho principio, señaló que el mismo obligaba a las entidades públicas a preservar un comportamiento que no fuera contradictorio, de conformidad con la doctrina de los actos propios y la buena fe. En consecuencia, para el impugnante, al expedir la "*Guía para la Protección del Consumidor de Comercio Electrónico*", era claro que **RAPPI S.A.S.**, era un "*portal de contacto*" y no un proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico.

En relación con el modelo de negocio de **RAPPI S.A.S.**, el impugnante afirmó que la Dirección lo desconocía al aducir que era un proveedor de bienes y servicios que exhibía, ofrecía y comercializaba a través de su *plataforma* y se encargaba de la entrega de los mismos a los consumidores.

Según la definición de "*proveedor*" establecida en el numeral 11 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011, en el sentir del recurrente no tiene tal, y según la "*Guía para la Protección del Consumidor en el Comercio*", el "*proveedor*" era quien realizaba la oferta de bienes y servicios, sumado a que en términos económicos la oferta era la cantidad de bienes y servicios que los oferentes ponían a disposición del mercado, a cambio de un precio. En consecuencia, el oferente estaba en la capacidad de definir la cantidad y el precio de los bienes y servicios comercializados. Por lo tanto, **RAPPI S.A.S.** no tenía la calidad de proveedor al no determinar los precios ni las cantidades de los bienes y servicios exhibidos en su *plataforma*, sin realizar *oferta* de los mismos.

Aclaró que los precios y las cantidades eran definidos exclusivamente por los *aliados comerciales* quienes además podían gestionar de manera autónoma sus *tiendas virtuales* en la *plataforma* de la citada compañía en la sección "*Mi Tienda y Portal Partners*", creando y eliminando bienes, ingresando precios, creando tiendas y ajustando su disponibilidad.

Asimismo, complementó lo explicado indicando que en sus "*Términos y Condiciones*" se advertía que **RAPPI S.A.S.** era un "*portal de contacto*" y no decidía la cantidad, disponibilidad, precios y características de los bienes y servicios exhibidos en su *plataforma*. En tal sentido, para la defensa eran sus aliados comerciales quienes realizaban la oferta de bienes y servicios, y eran ellos los proveedores en los términos del Estatuto del Consumidor.

Agregó, que en los contratos suscritos con los aliados comerciales, se establecía que quienes comercializaban los bienes eran ellos, por lo tanto, respondían por todas las obligaciones en la venta sin que se le pudiera imputar a la sancionada ningún tipo de responsabilidad.

En complemento de lo anterior, **RAPPI S.A.S.**, aclaró que la sancionada no realizaba la entrega de bienes y servicios al consumidor final, ya que no era proveedora de bienes y servicios al no realizar la oferta, sin que esta Superintendencia encontrara una factura de venta de aquello exhibido, ofrecido o comercializado en su *plataforma*.

Añadió, que la existencia de una relación entre la comercialización y la entrega de bienes era una falacia, argumentando que la Ley 1480 de 2011 no estableció que la entrega de bienes comercializados a través de métodos no tradicionales o a distancia, debía hacerse directamente por el proveedor.

Invocó el artículo 3 del Estatuto del Consumidor, alegando que los consumidores tenían derecho a recibir bienes y servicios de calidad, que el artículo 7 exigía la entrega o distribución de bienes con descuentos, que el artículo 46 disponía que el proveedor que hiciera ventas no tradicionales o a distancia debía cerciorarse que fueran entregados en la dirección adecuada, que el artículo 47 mencionaba el término para ejercer el derecho de retracto desde la entrega del bien, que el artículo 50 exigía a los proveedores informar sobre el tiempo de entrega, y que según el artículo 51, la reversión de pago solo se haría efectiva hasta que el bien no fuera devuelto por el consumidor. En ese sentido, según **RAPPI S.A.S.**, las afirmaciones de la Dirección no tenían sustento jurídico.

Igualmente, se refirió al Decreto 1499 de 2014, argumentó que en esa norma no se mencionaba que la entrega de los bienes fuera inherente a la comercialización, ni que era el proveedor quien debía hacerla. En sentir del recurrente, el citado Decreto establecía que las obligaciones de los

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

proveedores en relación con la entrega, estaban limitadas a las circunstancias en que ello aplicara. En particular, se refirió a los numerales 4 y 8 del artículo 7 del Decreto 1499 de 2014⁴, haciendo énfasis en el término “*cuando corresponda*” alegando que el mismo otorgaba la posibilidad de que el proveedor no debía informar los gastos o fecha de entrega.

Explicó, que esto era concordante con la realidad de las transacciones comerciales en el mercado, señalando que las plataformas de comercio electrónico, los bienes no podían ser recogidos en tiendas físicas o en la contratación de servicios de mensajería. Adujo, que si la entrega era inherente a la comercialización, las plataformas de comercio electrónico estarían incumpliendo la Ley 1480 de 2011.

Mencionó, que del análisis de las normas que regulaban las ventas no tradicionales o a distancia, era posible concluir que la premisa sobre la que la Dirección estructuró sus consideraciones para atribuir a **RAPPI S.A.S.** la obligación de entrega de los bienes y servicios exhibidos en su “*plataforma*” era falsa al no tener sustento jurídico y estar alejado de la realidad de las transacciones comerciales. Recordó, que esta Entidad extralimitaba el ejercicio de sus funciones al crear derecho, y vulneraba los principios de legalidad y tipicidad.

Por otra parte, aseveró que no existía ninguna prueba según la cual los “*Repartidores*” tuvieran una relación de subordinación con la sancionada. Aclaró, que eran mandatarios de los consumidores, que aceptaban y gestionaban de manera libre y voluntaria las órdenes solicitadas, sin que hubiera subordinación. Invocó, que, según sus “*Términos y Condiciones*”, el “*Repartidor Independiente*” era una persona que, de manera libre y voluntaria, en calidad de mandatario, aceptaba la gestión de las órdenes, y que al aceptar esos “*Términos y Condiciones*”, los consumidores reconocían que los “*Repartidores Independientes*” eran terceros ajenos a **RAPPI S.A.S.** sin tener ningún vínculo contractual o de prestación de servicios, y que la sancionada no era responsable por la entrega de los bienes y servicios exhibidos.

Por consiguiente, para **RAPPI S.A.S.**, al señalársele que es la responsable de la entrega de los bienes y servicios exhibidos en su *plataforma* y que tiene una relación de subordinación con los “*Repartidores*” desconoce su modelo de negocio, vulnerando la libertad de empresa. Aclaró, que, aun cuando la libertad de empresa podía ser limitada, la intervención del Estado debía cumplir unos requisitos tales como que debía llevarse a cabo necesariamente por ministerio de la ley, no podía afectar el núcleo esencial de la libertad de empresa, debía obedecer a motivos adecuados y suficientes que justificaran la limitación, obedecer al principio de solidaridad, y debía responder a criterios de razonabilidad y proporcionalidad⁵, y que en el caso bajo estudio, no se cumplían.

Explicó que la limitación no estaba sustentada en la ley ya que la sancionada no era proveedora de bienes y servicios, y que las normas establecidas no indicaban que los proveedores debían llevar a cabo la entrega de productos por su propia cuenta. Agregó, que la limitación afectaba el núcleo esencial de la libertad de empresa que incluía la libertad de organización y el derecho a que el Estado no interfiriera en los asuntos de la compañía, el derecho a la libre iniciativa privada y el derecho a la creación de establecimientos de comercio, ya que según sus “*Términos y Condiciones*”, no era responsabilidad de **RAPPI S.A.S.**, la entrega de bienes y servicios exhibidos en su *plataforma*.

Igualmente, indicó que la limitación no obedecía a motivos adecuados y suficientes al no tener sustento fáctico ni jurídico. Señaló, que la limitación no atendía al principio de solidaridad ya que, no hacer directamente la entrega de los bienes, no afectaba los derechos de los consumidores y atendía a la realidad del mercado.

⁴ De la revisión del citado decreto, encuentra este Despacho que el artículo al que hacía referencia el apoderado es el artículo 7, según el cual:

Artículo 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: (...).

4. Los gastos de entrega y transporte, cuando corresponda. (...).

7. La disponibilidad del producto.

⁵ Corte Constitucional, Sentencia C-850 de 2009, M.P. Nilson Pinilla Pinilla.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Concluyó, que la limitación no obedecía a criterios de razonabilidad y proporcionalidad, teniendo en cuenta que al exigir que la sancionada respondiera por la entrega de los bienes y servicios, se modificaba sustancialmente su modelo de negocio, adjudicándole obligaciones que por ley no le correspondían.

Finalmente, manifestó que, al analizar la subordinación de los “*Repartidores*”, la Dirección excedió su competencia porque no era su función, la relación no tenía injerencia con el cumplimiento de la Ley 1480 de 2011, el análisis de la subordinación correspondía a un Juez laboral, la misma no se sometió a conocimiento de esta Autoridad y no hizo parte del pliego de cargos.

c. “Frente a la caducidad de la facultad sancionatoria en relación con los hechos denunciados de venta de bebidas embriagantes a menores de edad”

La sancionada advirtió que en el pliego de cargos, esta Superintendencia mencionó en sus consideraciones hechos correspondientes al año 2017, como por ejemplo que la Corporación Colombiana de Padres y Madres – Red PaPaz, allegó dos copias de una comunicación con fecha 6 de diciembre de 2016 en la que informó a **RAPPI S.A.S.**, los posibles casos de comercialización de bebidas alcohólicas a menores de edad, la copia de la respuesta del Director General del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) de fecha 30 de diciembre de 2016, sobre la no incorporación de la leyenda de prohibición del expendido de bebidas embriagantes a menores de edad, dentro de la publicidad emitida por la citada sociedad, la copia de la respuesta de la Jefe Oficina de Atención al Ciudadano del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) del día 10 de enero de 2017, la copia de la petición de la Corporación Colombiana de Padres y Madres – Red PaPaz, con fecha 9 de febrero de 2017, a la Procuradora Delegada para la Defensa de los Derechos de la Infancia, la Adolescencia y la Familia, la copia de la respuesta del Jefe Seccional de Investigación Criminal de la Dirección de Protección y Servicios Especiales (DIRPO) de la Policía Nacional del día 17 de febrero de 2017, y la copia de la respuesta del Jefe Grupo de Protección a la Infancia y la Adolescencia de la Policía Metropolitana de Bogotá (MEBOG) del 26 de marzo de 2017.

En consecuencia, para **RAPPI S.A.S.**, se configuró la caducidad de la facultad sancionatoria.

d. “Consideraciones frente a la nulidad de la prueba sobre la venta de bebidas embriagantes a menores de edad”.

En relación con la validez del video utilizado como prueba de la venta de bebidas embriagantes a menores de edad por **RAPPI S.A.S.**, el recurrente señaló que la Dirección no probó y no era cierto que el video hubiera sido solicitado por la Dirección de Protección y Servicios Especiales de la Policía Nacional (DIRPO). Advirtió, que los radicados números 19-293571-0 y 19-297219-0, a los que hizo referencia la Dirección afirmando que con base en ellos se hizo el traslado del video, no contenían ningún traslado de un video por parte de la Dirección de Protección y Servicios Especiales de la Policía Nacional (DIRPO), ni revelaron una solicitud de un video por parte de esta Entidad.

Aclaró, que el radicado número 19-293571-0 era un traslado de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia a la Coordinadora del Grupo de Trabajo de Atención al Ciudadano de esta Superintendencia, de la respuesta al derecho de petición presentado por el señor [REDACTED] y remitido a la Policía Metropolitana de Bogotá (MEBOG) para la evaluación de la imposición de medidas correctivas, y que el video lo allegó el señor [REDACTED] y no la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia.

Igualmente, señaló que según el radicado número 19-293571-0, la Policía Metropolitana de Bogotá (MEBOG) dio respuesta al derecho de petición presentado por el señor [REDACTED], sin que se allegara ningún video, insistiendo que el mismo fue allegado por el peticionario. Así, que las premisas con base en las cuales la Dirección defendió la legalidad del video, eran falsas.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Teniendo en cuenta lo anterior, cuestionó el conocimiento de esta Entidad del video y que la Dirección afirmara que conoció el video como consecuencia de una solicitud y traslado por parte de la Dirección de Protección y Servicios Especiales de la Policía Nacional (DIRPO), si ello no estaba demostrado, y que la Dirección no hubiera puesto a disposición de **RAPPI S.A.S.** o que el mismo estuviera exento de una solicitud de autorización de tratamiento de datos personales según la Ley 1581 de 2012. Por lo tanto, el censor afirmó que la actuación de la Dirección fue contraria a sus deberes como autoridad administrativa, y a los principios de legalidad e imparcialidad. Manifestó que no era admisible que esta Superintendencia hiciera valer pruebas ilegales, alegando premisas falsas.

Superado lo anterior, **RAPPI, S.A.S.** argumentó que las pruebas obrantes en el expediente, particularmente las capturas de pantalla de la plataforma y la declaración juramentada del señor [REDACTED], no permitían concluir que en efecto se entregó una botella de licor por una "Repartidora" a un menor de edad sin verificar la mayoría de edad.

Argumentó, que el derecho de petición presentado por el señor [REDACTED] ante la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia evidenciaba contradicciones con las consideraciones de la Dirección. Identificó, que el peticionario mencionó que su hijo menor de quince (15) años pidió por la "plataforma de WhatsApp" unas botellas de licor entregadas a un amigo también menor edad, pero que la Dirección afirmó que el pedido se hizo a **RAPPI S.A.S.** y la entrega se hizo al hijo del peticionario.

Igualmente, señaló que en la respuesta al derecho de petición de la Policía Metropolitana de Bogotá (MEBOG), el video no permitía identificar la identidad de la persona que entregó las botellas de alcohol, y los padres tenían un deber de custodia frente al uso de herramientas tecnológicas por sus hijos.

Por consiguiente, dedujo que el video era débil como prueba al reportar varias inconsistencias y no permitía afirmar con certeza que las bebidas alcohólicas se solicitaron por medio de la plataforma de **RAPPI S.A.S.**, ni que las mismas se entregaron a un menor de edad hijo del señor [REDACTED], o que el amigo que recibió los bienes también era menor de edad, ni que las bebidas fueron entregadas por una "Repartidora".

Aclaró que las falencias de la prueba no se subsanaban con otras pruebas, al ser contrarias al derecho de petición y su respuesta, por lo tanto, el video analizado en conjunto con otras pruebas no permitía concluir que se entregó una botella de licor por una "Repartidora" a un menor de edad, dejando sin sustento la imputación fáctica relacionada con la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad por la sancionada.

RAPPI S.A.S. afirmó que el video no cumplía con los requisitos establecidos en la Ley 527 de 1999, para que fuera válido como mensaje de datos, por ende, para darle valor probatorio debía cumplir con unos criterios, tales como, garantizar que la accesibilidad de la información para posterior consulta, la conservación en el formato en el que se generó inicialmente para demostrar la reproducción con exactitud de la información, y la conservación de la información relativa al origen, destino, fecha y hora de envío, recepción y producción.

En consecuencia, para **RAPPI S.A.S.** la inconsistencia y debilidad probatoria del video no permitían darle valor probatorio, al no ser cierto que el video fuera trasladado a esta Superintendencia por la Dirección de Protección y Servicios Especiales de la Policía Nacional (DIRPO), con lo que no era posible asegurar que el video fuera recopilado y trasladado en cumplimiento de la cadena de custodia exigida por la Ley 527 de 1999. Agregó, que el video no daba cuenta de la comercialización de bebidas alcohólicas a través de la plataforma de la sancionada a un menor de edad que recibió las mismas por parte de una *Repartidora*.

Puso de presente pruebas y hechos contradictorios, que llevaban a concluir la vulneración al derecho fundamental al debido proceso de la sancionada, al no tener acceso al video en cuestión. Al comparar las capturas de pantalla, el derecho de petición presentado por el señor [REDACTED]

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

■■■■■ a la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia, la respuesta al derecho de petición y las consideraciones de la Dirección en el acto sancionatorio, el apoderado identificó las siguientes inconsistencias en relación con la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad:

- Que un sujeto llamado ■■■■ ordenó las bebidas alcohólicas en la *plataforma* de la sancionada; que un menor de quince (15) años llamado ■■■■ ordenó las bebidas alcohólicas a través de "WhatsApp"; o que un niño menor de quince (15) años llamado ■■■■ ordenó las bebidas alcohólicas en la *plataforma* de la sancionada.
- Que una mujer entregó bebidas alcohólicas a un joven; que una "Repartidora" entregó bebidas alcohólicas a un menor de quince (15) años llamado ■■■■; que una mujer que no pudo ser identificada entregó bebidas alcohólicas a un joven que no pudo ser identificado; o que una *Repartidora* llamada ■■■■, entregó bebidas alcohólicas a un menor de quince (15) años llamado ■■■■.
- Que el joven no pudo ser identificado; que el joven era un amigo de ■■■■; o que el joven al que le fue entregado el paquete, era ■■■■.

Con base en lo anterior, el impugnante alegó inconsistencias frente a la supuesta venta de bebidas alcohólicas a menores de edad por parte de **RAPPI S.A.S.**, con lo que al incumplirse la carga de la prueba por parte de esta Autoridad, el cargo debía ser revocado. Agregó, que de conformidad con lo considerado por el Consejo de Estado, esta Entidad tenía la carga de probar cada uno de los elementos que conformaban la infracción, y que en caso de duda razonable en relación con la responsabilidad, la única vía era la exoneración⁶. Así, el recurrente aseveró que se omitieron los principios de tipicidad y de presunción de inocencia, y la Dirección incumplió su obligación de probar la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad por dicha sociedad.

Asimismo, **RAPPI S.A.S.**, rechazó que la Dirección hubiera señalado que la sancionada no negó ni aportó ninguna prueba que sustentara sus afirmaciones, ya que con tal posición la Dirección invertía la carga de la prueba desatendiendo los principios señalados.

e. "Consideraciones frente al incumplimiento de los requisitos legales para la incorporación de pruebas sobre inspecciones en páginas web".

La defensa advirtió, que la inspección a la página web no cumplió con la Ley 527 de 1999, ni con lo previsto en el Código General del Proceso.

En relación con lo primero, esto es, el incumplimiento de la Ley 527 de 1999, indicó que ninguna de las actas de las visitas de inspección evidenció los procedimientos para determinar la originalidad, inalterabilidad y el iniciador del mensaje de datos, con lo que en el recaudo, análisis y almacenamiento de los videos, no se demostró su cadena de custodia.

Añadió, que el Grupo de Trabajo de Informática Forense y Seguridad Digital adscrito a la Oficina de Tecnología e Informática de esta Superintendencia, tenía a su cargo garantizar la inalterabilidad, originalidad y cadena de custodia de los mensajes de datos⁷, y que dentro de sus funciones estaban las de prestar asesoría y ejecutar las actividades de carácter técnico, administrativo, probatorio y tecnológico de los mensajes de datos y/o evidencias digitales, mediante la adquisición, embalaje, procesamiento, custodia y análisis de los mismos; apoyar en los procesos de investigación y análisis de los mensajes de datos que se consideren pertinentes y de aquellos que se hayan adquirido en los diferentes trámites de esta Entidad; supervisar los procedimientos de recaudo y embalaje del material probatorio para garantizar la confiabilidad, identificación e integridad de los mensajes de datos mediante el uso de la cadena de custodia; y participar en las visitas administrativas y jurisdiccionales que se adelanten en los diferentes procesos que se llevan en esta Autoridad.

Así las cosas, **RAPPI S.A.S.**, cuestionó que el informe de visita no se llevó a cabo por el Grupo de Trabajo de Informática Forense y Seguridad Digital ni se adelantó de conformidad con un

⁶ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Tercera, Subsección C, 22 de octubre de 2012, radicación número 0500123240001996068001 (20738).

⁷ Resolución No. 62538 de 2018.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

procedimiento específico para asegurar la cadena de custodia. Agregó, que de conformidad con el artículo 9 de la Ley 489 de 1998, la competencia para adelantar inspecciones judiciales solo podía ser delegada en empleados públicos de los niveles directivo y asesor, mientras que el funcionario que la adelantó, tenía el cargo de profesional universitario, con lo que no era competente para adelantar la inspección judicial.

Igualmente, señaló que el "*informe de visita*" no describió el procedimiento llevado a cabo para practicar la inspección, con lo que no se cumplió con la verificación de la cadena de custodia.

Afirmó, que como la inspección no cumplió la Ley 527 de 1999 y se realizó por una persona que no era competente, la misma era nula y, por consiguiente, los cargos estructurados en ella, carecían de sustento.

Respecto de lo segundo, esto es el incumplimiento del Código General del Proceso, la sancionada argumentó que las visitas de inspección debían realizarse según el artículo 236 de ese Código y los artículos subsiguientes, de conformidad con el Capítulo Séptimo del Título I de la Circular Única de esta Superintendencia. Resaltó, que la inspección solo podía ordenarse como último recurso en los eventos en que no existieran otros medios de prueba para verificar los hechos cuestionados, y según el impugnante, la Dirección tenía otros medios de prueba conducentes para verificar esos hechos, tales como pruebas documentales, pruebas por informe, y exhibiciones.

Además, afirmó que **RAPPI S.A.S.** debió haber comparecido a la práctica de la inspección para ejercer sus derechos de defensa y contradicción, y como no ocurrió, la prueba carecía de valor y de eficacia.

f. "Reposición frente a las consideraciones sustanciales de la Resolución 10098, relacionadas con las imputaciones fácticas formuladas en contra de Rappi".

i). "Reposición frente a la Imputación fáctica No. 1".

RAPPI S.A.S. invocó una indebida formulación de cargos, ya que no era productora de los bienes y servicios exhibidos en su "*plataforma*" y en consecuencia, el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011 no le era aplicable, porque el mismo establecía la obligación de calidad en cabeza de los productores y porque, aparte del "*RappiFavor*", la Dirección no identificó los servicios respecto de los cuales se cuestionó la falla en la calidad. Además, para el recurrente, la Dirección empleó una definición de calidad contraria a la ley y propuso un estándar de calidad que no tenía sustento normativo ni fáctico.

Agregó, que tampoco aplicaba la responsabilidad solidaria según el numeral primero del artículo mencionado, puesto que no era proveedora.

Asimismo, argumentó que la Dirección no identificó los servicios en relación con los cuales se reputó la falla de calidad, lo que era una condición necesaria para adecuar la conducta.

Frente al segundo sub-cargo, la defensa indicó que el "*servicio*" al que hizo referencia la Dirección no fue descrito y se limitó a reputar la falla por cancelaciones, no entrega, entrega incompleta o en mal estado, entrega de un bien diferente al solicitado e inconvenientes en el cobro de pedidos, supuestos fácticos que para el censor no eran fallas, que de ser consideradas como tales por calidad, no eran imputables **RAPPI S.A.S.** al no prestar el servicio de entrega de bienes y servicios exhibidos en la plataforma ni preparaba ni alistaba los bienes, con lo que no estaba en la capacidad ni obligación de responder porque los mismos llegaran en buen estado o incompletos. Atribuyó tal deber, al "*Repartidor*" y a los "*aliados comerciales*".

En relación con el tercer sub-cargo respecto de los tiempos de entrega, **RAPPI S.A.S.** señaló que no era claro a qué se refería la Dirección con "*servicio posventa*" vinculado con la entrega de los bienes a los consumidores. Aclaró, que la sancionada no prestaba el servicio de entrega, que los tiempos informados eran estimados y no exactos, los cuales no eran definidos por ella. El

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

recurrente, hizo extensivas estas alegaciones al cuarto sub-cargo por el incumplimiento en la entrega, la entrega tardía, incompleta, o la entrega de un bien diferente al solicitado.

Respecto del quinto sub-cargo, afirmó que la Dirección no identificó cuál era el servicio prestado por la sancionada frente al cual se reputó la falla de calidad, vulnerando así los principios de legalidad y tipicidad.

Superado lo anterior, la defensa afirmó que la Dirección propuso una definición de calidad contraria a la ley y a pronunciamientos de esta Superintendencia. Señaló, que en el acto administrativo sancionatorio la Dirección expuso que la "calidad" se refería a las condiciones establecidas en la garantía legal, las ofrecidas y las habituales del mercado, aduciendo que la entrega completa, adecuada y oportuna hacía parte de la calidad.

Para la sancionada, esas consideraciones se alejaban de lo dispuesto en el artículo 5 del Estatuto del Consumidor que definía la *calidad* como la "Condición en que un producto cumple con las características inherentes y las atribuidas por la información que se suministre sobre él".

En relación con las características inherentes o atribuidas, para **RAPPI S.A.S.** señaló que esta Entidad determinó que eran las que se encontraban en los reglamentos técnicos o las que el productor o expendedor le informara al consumidor, y las ordinarias o habituales del mercado. Por consiguiente, la sancionada señaló que las características de un bien o servicio debían ser analizadas en cada caso y no en abstracto, contrario a lo realizado en el acto impugnado.

Adujo, que no era correcto advertir que las condiciones de entrega eran características inherentes de los bienes y servicios. En tal sentido, la citada compañía indicó que la entrega no era una característica inherente del servicio por ella prestado a través de su "plataforma", porque no prestaba el servicio de entrega tal y como se le informaba a los consumidores en sus "Términos y Condiciones". Por consiguiente, el impugnante afirmó que la Dirección se equivocó al señalar que la falla en la calidad del servicio era una promesa de entrega hecha por **RAPPI S.A.S.**, lo que no era cierto.

En complemento de lo anterior, el recurrente aseguró que en la Dirección propuso un estándar de calidad que no tenía sustento jurídico ni fáctico, y agregó que la adecuación típica de la conducta por la infracción del artículo 6 de la Ley 1480 de 2011 requería un análisis del estándar de calidad, pero no de perfección.

Cuestionó, que la Dirección no hubiera comparado el número de peticiones, quejas y reclamos, con los servicios prestados sin ninguna queja o reclamación. Por lo tanto, para el contradictor, las consideraciones de la Dirección se basaron en la perfección y no en la calidad, alejándose de la norma y de la realidad del mercado, ya que la disposición de canales de atención obligatoria según el Estatuto del Consumidor generaba, inevitablemente, la existencia de peticiones, quejas y reclamos.

Por otro lado, se refirió al servicio del "RappiFavor", argumentando que **RAPPI S.A.S.** no prestaba ese servicio, ya que su labor se limitaba a ser un portal de contacto entre el consumidor y el repartidor; explicó que, los *Repartidores* ejecutan un mandado o favor y no eran sus empleados ni contratistas.

Respecto de las características inherentes, el recurrente advirtió que no eran las "obvias" de un servicio similar, ya que esta Autoridad definió que las características inherentes de un servicio eran las que se encontraban en reglamentos técnicos o las que el productor o expendedor informara al consumidor y las ordinarias o habituales del mercado. Así, para el contradictor la definición de "características inherentes" empleada por la Dirección era diferente a la utilizada previamente, desatendiendo el debido proceso, el principio de legalidad y el de confianza legítima y el de los actos propios que regían a esta Entidad.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Añadió que, con la definición explicada, la Dirección incumplió con la carga de la prueba porque omitió demostrar la caracterización de la conducta y cómo se adecuó a la norma imputada. Igualmente, manifestó que si la Dirección se refirió a un "*servicio similar*" debió analizar cuál era ese servicio y en qué consistían sus características inherentes, lo que no ocurrió.

Por otro lado, en relación con las peticiones, quejas y reclamos analizadas por la Dirección para imputar el cargo, la defensa aseveró que no eran las mismas con las que se impuso la sanción, vulnerando el derecho al debido proceso de la sancionada. Explicó que, en el pliego de cargos, el *a quo* invocó trescientas treinta (330) peticiones, quejas y reclamos relacionadas con fallas en el servicio *RappiFavor*, pero en el acto impugnado se refirió a un grupo más pequeño. El censor concluyó, que las peticiones, quejas y reclamos usados en la imputación de cargos, no eran una prueba pertinente para alegar una supuesta falla en la calidad del servicio "*RappiFavor*" y la Dirección vulneró el derecho al debido proceso de **RAPPI S.A.S.**, en su derecho a la defensa.

Asimismo, refirió que la Dirección en el acto sancionatorio reconoció que no todas las peticiones, quejas y reclamos identificados en el pliego de cargos se relacionaban con el servicio "*RappiFavor*", y que para imputar el cargo, la Dirección debía contar con los elementos de prueba suficientes para acusar por una presunta falla en la calidad del servicio. Con base en ello, la defensa alegó incoherencia probatoria entre el pliego de cargos y el acto sancionatorio, al imputar sin tener pruebas suficientes, vulnerando el principio de presunción de inocencia a favor de la sociedad.

Igualmente, argumentó falta de pertinencia de las pruebas usadas para imputar cargos, afectando el derecho al debido proceso y a la defensa, ya que al presentar los descargos, la sancionada respondió con pruebas diferentes a las empleadas por la Dirección para sancionarla.

En complemento de lo señalado, afirmó que las peticiones, quejas y reclamos seleccionadas por la Dirección para imponer una sanción, no daban cuenta de la falla de calidad en el servicio "*RappiFavor*" según el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011. Explicó, que la norma establecía un estándar de calidad en el servicio y no perfección, con lo que la Dirección no valoró esas peticiones, quejas y reclamos frente a los "*RappiFavores*" que se llevaron a cabo de manera satisfactoria por los "*Repartidores*" independientes, alegando que todas las peticiones, quejas y reclamos fueron solucionadas a tiempo y según los requerimientos de los consumidores.

Reiteró, que ese estándar de perfección empleado por la Dirección para sustentar la infracción de la norma, llevó a contrariar la misma, y alegó que imponer una sanción con base en peticiones, quejas y reclamos desincentivaba la creación de canales de atención a los consumidores.

Por otro lado, en cuanto al cargo relacionado con el encargo de bienes y servicios ante los aliados comerciales, el apoderado aclaró que **RAPPI S.A.S.**, no ofrecía un "*servicio posventa*", ya que era un portal de contacto y se limitaba a conectar a los aliados comerciales con los consumidores para que entre ellos celebraran relaciones de consumo. Así, para el impugnante la imputación fáctica partió de la base equivocada según la cual la sancionada prestaba un *servicio posventa* que incluía la entrega de los bienes exhibidos en su *plataforma*, reiterando que ese servicio no era ofrecido por la compañía, con lo que las fallas de calidad en relación con el mismo por la no entrega, la entrega de un bien distinto o la demora en la entrega, no le eran imputables.

Por otra parte, en lo que se refiere al cargo por la entrega de bienes de los "*aliados comerciales*" en el "*Día de la Madre*", el recurrente argumentó que **RAPPI S.A.S.**, no era proveedor de los bienes y servicios exhibidos en su *plataforma* y además que ese día la sancionada sufrió un evento de fuerza mayor, ya que la demanda de pedidos a través de su *plataforma* fue exorbitante, lo que generó fallas técnicas que limitaron su funcionamiento normal.

Alegó, que la sancionada alegó los comunicados enviados a los consumidores informándoles los inconvenientes presentados con la *plataforma* y la capacidad de los "*aliados comerciales*" y las capturas de pantalla de la *plataforma*. En el escrito impugnatorio, el contradictor reprodujo una tabla para evidenciar que la sancionada enfrentó una demanda extraordinaria e inusual, lo que generó

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

fallas en su plataforma, alegando que no debía probarse y que no negó las fallas técnicas, pero que las mismas ocurrieron por una demanda exorbitante.

En lo que se refiere a la imputación por la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad, la defensa aseguró que el cargo no era imputable a **RAPPI S.A.S.**, al no prestar el servicio de comercialización de bebidas alcohólicas ni hacer la entrega a los consumidores, sumado a que las medidas adoptadas por la sociedad para evitar la comercialización de bebidas alcohólicas, eran suficientes.

Advirtió, que según el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, la obligación de garantizar la calidad de los servicios recaía sobre los proveedores, y en ese sentido, como la sancionada no proveía el servicio de comercialización de bebidas alcohólicas sino sus *aliados comerciales*, **RAPPI S.A.S.**, actuaba como portal de contacto limitándose a contactar sus *aliados comerciales* con los consumidores y por consiguiente, el cargo no se le podía imputar.

Asimismo, agregó que como portal de contacto, la sancionada, sin tener la obligación, implementó medidas suficientes para evitar la comercialización de bebidas alcohólicas a menores de edad, incluyendo la necesidad de suministrar el número de documento de identidad y la información de la fecha de nacimiento en el momento de solicitar una bebida alcohólica en el "*carrito de compras*". El impugnante informó que **RAPPI S.A.S.**, modificó la pregunta de "*sí o no*" cuestionada como medida insuficiente para evitar la comercialización de bebidas alcohólicas a menores de edad, y aclaró que para los efectos correspondientes, adjuntaba el anexo número seis.

También explicó, que las medidas eran suficientes para un portal de contacto como la citada compañía, al no poder garantizar la veracidad de la información diligenciada por el consumidor, no comercializaba bebidas alcohólicas a menores de edad y no entregaba esos bienes. Aclaró, que la sancionada como administradora y operadora de su *plataforma* solo podía tomar medidas dentro de la misma para evitar que los menores de edad adquirieran bebidas alcohólicas incluyendo en sus "*Términos y Condiciones*" la obligación de los consumidores de garantizar la veracidad de la información entregada, y que los "*Repartidores*" confirmaran la mayoría de edad al momento de hacer la entrega. Agregó, que en los contratos suscritos con los aliados comerciales, se establecía el compromiso de cumplir con la prohibición de venta de bebidas alcohólicas a menores de edad.

Destacó, que **RAPPI S.A.S.**, no tenía la obligación de suplir la responsabilidad de los padres de familia, quienes según la Ley 1098 de 2006, tenían la obligación de evitar el consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad y controlar el uso de "*plataformas*". Añadió, que la Policía Metropolitana de Bogotá (MEBOG), reconoció tal postulado en la respuesta al derecho de petición presentado por el señor [REDACTED].

ii). "Reposición frente a la Imputación fáctica No. 2".

Respecto de las piezas publicitarias exhibidas en relación con las cuales la Dirección consideró que no suministraron información clara y completa sobre los efectos nocivos de las bebidas alcohólicas, el contradictor argumentó que esta Superintendencia no probó que **RAPPI S.A.S.**, actuara como *anunciante*, y que no tenía la obligación de informar sobre esos efectos nocivos al no ser proveedor.

Aclaró que, en todo caso, la compañía adoptó medidas para hacer las advertencias efectivas en la publicidad de los *aliados comerciales*.

Explicó, que los criterios invocados por la Dirección para considerar a la sancionada como anunciante, esto es que las piezas publicitarias tenían los colores y logo de la sociedad, no estaban en la definición de anunciante de la ley y eran insuficientes para aducir esa calidad.

En ese sentido, para la defensa, el anunciante hacía o divulgaba la publicidad para promover sus bienes y servicios, y por lo tanto, la sancionada no era anunciante al no ser quien definía sus contenidos, al no producir ni proveer las bebidas alcohólicas, ni ser sus bienes. Aclaró, que su "*plataforma*" servía como un espacio para que los *aliados comerciales* pudieran promocionar sus

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

bienes y servicios según su calidad de anunciantes. Para el censor, de aceptar las consideraciones de la Dirección, el medio de comunicación sería anunciante y en ese sentido responsable de las publicaciones en un periódico; cuando según la Ley 1480 de 2011 era responsable solo por culpa grave.

Concluyó, que dicha sociedad no era anunciante y esta Entidad no logró probarlo, con lo que la imputación carecía de objeto.

iii). “Reposición frente a la Imputación fáctica No. 3”

En relación con esta imputación, **RAPPI S.A.S.**, advirtió que no era cierto que el tiempo estimado de entrega solo se informara después de la orden, y aclaró que si así fuera, no vulneraba el derecho a la información establecido en la Ley 1480 de 2011. Explicó, que antes de ordenar un bien o servicio exhibido en la plataforma de la sancionada, los consumidores podían saber el rango de tiempo en el que el mismo sería entregado, y que en todo caso, el rango de tiempo no era exacto.

Añadió que, al realizar la orden, los consumidores podían ver la palabra “*estimado*” que caracterizaba el tiempo de entrega y tenían la opción de cancelar la orden, si no estaban de acuerdo. La defensa alegó, que se respetaban los derechos de los consumidores al hacer una valoración objetiva del funcionamiento de la plataforma, concluyendo que al usuario se le informaba el carácter “*estimado*” del tiempo de entrega, sin manifestarle que el mismo fuera exacto, y que además a los consumidores se les permitía cancelar la orden si no estaban de acuerdo con el tiempo estimado.

En todo caso, **RAPPI S.A.S.** informó que tomó medidas para dar más claridad en relación con el carácter estimado del tiempo de entrega, tales como informar en el botón del “*aliado comercial*” el rango de tiempo de entrega, exhibición en la pantalla de seguimiento de la orden cada uno de los pasos incluyendo la creación de la orden, la aceptación de restaurante, la preparación del bien, la llegada del *Repartidor*, la recogida del bien.

Respecto de lo ocurrido el “*Día de la Madre*”, **RAPPI S.A.S.**, afirmó que quedó demostrado la ocurrencia de fallas tecnológicas que le impidieron actualizar correctamente los tiempos de entrega, como consecuencia de eventos catalogados como fuerza mayor, y por lo tanto, dedujo que no incumplió el deber de información.

Finalmente, clarificó que según el anexo número cinco, los *Términos y Condiciones* sobre la venta de bebidas alcohólicas y el servicio “*RappiFavor*” sí estaban disponibles tanto en la página web como en su *plataforma*.

iv). “Reposición frente a la Imputación fáctica No. 4”

Frente a esta imputación, la sancionada alegó que no actuaba como proveedor de las bebidas alcohólicas e implementó medidas suficientes para evitar su comercialización a menores de edad, y el video con base en el cual la Dirección adujo que las medidas no eran suficientes, era nulo.

g) “Reposición frente a los criterios de graduación de la multa”

Según el impugnante, los criterios aplicados por la Dirección para cuantificar la sanción impuesta, esto es el daño causado a los consumidores y la reincidencia de la conducta, no podían aplicarse como agravantes.

Lo anterior, ya que la teoría de la Dirección, según la cual, el daño potencial al universo de consumidores se configuraba por la sola infracción de las normas imputadas, no materializaba el objetivo de los criterios. Agregó que, de acogerse tal teoría, cada vez que se vulneraran las normas de protección al consumidor el daño sería un agravante, y cuestionó en qué casos el mismo aplicaría como atenuante. Igualmente, argumentó que debía tenerse como atenuante ya que **RAPPI**

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

S.A.S., resolvió todas las peticiones, quejas y reclamos presentadas, y que la solución fue eficiente y satisfactoria, con lo que, en sentir del impugnante, el daño no se materializó y se subsanó.

Por otro lado, respecto del criterio de graduación de la sanción correspondiente a la reincidencia de la conducta, el recurrente aclaró que los supuestos fácticos y jurídicos de la Resolución No. 65205 de 2020 eran diferentes a los tenidos en cuenta en el acto impugnado en esta oportunidad. Por consiguiente, para **RAPPI S.A.S.**, no era cierto que se hubiera reincidido en la conducta al ser casos diferentes.

En relación con la cooperación a esta Entidad, la defensa manifestó que a pesar de ser un deber, en este caso lo hizo de forma eficiente y en consecuencia, el criterio de graduación de la multa correspondiente al numeral quinto del parágrafo primero del artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, esto es la disposición o no de colaborar con las autoridades competentes, debía aplicarse como atenuante al haber cooperación por parte de **RAPPI S.A.S.**

La sancionada anexó a su escrito impugnatorio, correo de radicación de sus alegatos de conclusión, correo con certificado de entrega de ese escrito, los "*Términos y Condiciones*" de su plataforma y la disponibilidad de estos en la página web y aplicación para dispositivos móviles.

Con base en los argumentos anteriormente resumidos, **RAPPI S.A.S.**, solicitó revocar la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022 debido a su inocencia, o subsidiariamente aplicar en su favor los criterios de graduación establecidos en la Ley 1480 de 2011, correspondiente a la reincidencia en la conducta y el daño causado a los consumidores como atenuantes disminuyendo la multa.

QUINTO: Que en consideración a que en el recurso la sancionada adujo que sí allegó los alegatos de conclusión dentro del término dispuesto, este Despacho requirió a la Oficina de Tecnología e Informática con el fin de que verificara la recepción de los mencionados alegatos de conclusión. La citada oficina informó que no había evidencia de entrada de correos a la Entidad y anexó la respectiva evidencia.

SEXTO: Que mediante Resolución No. 5989 de 20 de febrero de 2023, se decretaron las pruebas documentales allegadas por parte de **RAPPI S.A.S.**, con ocasión de su escrito de apelación, a su vez se corrió traslado de la respuesta suministrada por parte de la Oficina de Tecnología e Informática en relación con la recepción de los alegatos de conclusión.

SÉPTIMO: Que el tercero interesado **CORPORACIÓN COLOMBIANA DE PADRES Y MADRES – RED PAPAZ**, mediante escrito radicado bajo el 19-198723-89, se pronunció e indicó que "(...) *las pruebas aportadas por la sancionada producen extrañeza por dos razones (...)*", primero, porque los alegatos se envían desde una cuenta de correo que no tiene ninguna relación con el procedimiento administrativo sancionatorio y, segundo, porque las imágenes aportadas no demuestran que el correo electrónico se recibió por la Superintendencia, en consecuencia, solicitó que tenga por no presentados los alegatos de conclusión.

OCTAVO: Que **RAPPI S.A.S.**, mediante escrito radicado bajo el 19-198723-89, se pronunció e indicó que el correo con los alegatos de conclusión se envió en debida forma a la dirección de correo el pasado 7 de diciembre de 2021, para tal efecto, allega certificado del Jefe de la Oficina de Tecnología de Garrigues, el cual solicita que se decrete como prueba y, se le otorgue el debido valor probatorio, y en ese sentido se valoren los alegatos de conclusión.

NOVENO: Que este Despacho de conformidad con lo establecido en el artículo 80 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo (C.P.A.C.A.), resolverá las cuestiones planteadas por la sancionada relacionadas con la decisión impugnada en lo que tiene que ver con la radicación del escrito de alegatos de conclusión, la caducidad de la facultad sancionatoria, el modelo de negocio de **RAPPI S.A.S.** y su condición de proveedor, el régimen de responsabilidad aplicable, la legalidad de la prueba sobre la venta de bebidas embriagantes a menores de edad, las inspecciones en páginas web, las imputaciones fácticas, y la graduación de la sanción.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

La Delegatura CONFIRMARÁ la sanción ya que **RAPPI S.A.S.** es un verdadero proveedor e incumplió las obligaciones que por tener tal calidad le correspondía asumir. Además, las pruebas obrantes en el expediente, tanto el video en donde se observa la venta de bebidas alcohólicas a un menor de edad y las inspecciones administrativas, se adelantaron en debida forma. En consecuencia, la decisión sancionatoria se adecuó a los postulados que deben regir el procedimiento administrativo sancionatorio, y han quedado debidamente acreditadas las imputaciones.

9.1. Consideración en relación con la radicación del escrito de alegatos de conclusión.

Con ocasión del traslado efectuado mediante la Resolución No. 5989 de 20 de febrero de 2023, **RAPPI S.A.S.**, allegó como prueba el certificado del Jefe de la Oficina de Tecnología de Garrigues, con el cual pretende acreditar el envío de los alegatos de conclusión de manera oportuna. Para tal efecto, resulta procedente determinar si la prueba debe ser decretada.

9.1.1. Rechazo de la prueba

Este Despacho rechazará como prueba la certificación del Jefe de Tecnología de Garrigues⁸ toda vez que, la evidencia aportada resulta superflua en los términos del artículo 168 del Código General del Proceso, ya que lo allegado ya se encuentra en el expediente. En efecto tiene plena coincidencia y corresponde específicamente a lo enviado por **RAPPI S.A.S.**, con su recurso de apelación en el Anexo 1 denominado "*Correo de radicación de los Alegatos de Conclusión por parte de Rappi*"⁹.

9.1.2. No se presentaron alegatos de conclusión

Con base en las pruebas obrantes en el expediente, esta Instancia considera que la sancionada no allegó su escrito de alegatos de conclusión.

Para soportar lo anterior se tendrán en cuenta dos aspectos: *i)* el correo del cual presuntamente fueron remitidos los alegatos de conclusión es de una persona ajena a la actuación administrativa, *ii)* las pruebas no acreditan que los alegatos hayan sido recibidos en el buzón de correo de esta Superintendencia.

Frente al primer aspecto, el correo del que se remiten los alegatos es ajeno a esta actuación. Ciertamente, al revisar el expediente se observa que el poder se confirió a los abogados

[REDACTED] y [REDACTED]¹⁰, de manera tal que, el derecho de postulación está en cabeza de estos apoderados, por lo tanto, es ajena a la actuación administrativa la señora [REDACTED]. Por consiguiente, el correo del que presuntamente se remitieron los alegatos de conclusión, esto es, [REDACTED], no corresponde al de los apoderados reconocidos en esta actuación, ni tampoco ha actuado en este expediente¹¹.

Ahora bien, si en gracia de discusión acogiéramos el principio de eficacia que regula las actuaciones y procedimientos administrativos¹² y, en consecuencia, diéramos por solventado este aspecto, vale la pena destacar que aun removiendo este aspecto formal las pruebas no permiten determinar que el documento se recibió por parte de esta Entidad, como se analiza en el siguiente punto.

⁸ Esto, de conformidad con el artículo 168 del Código General del Proceso, que establece: Rechazo de plano. El juez rechazará, mediante providencia motivada, las pruebas ilícitas, las notoriamente impertinentes, las inconducentes y las manifiestamente superfluas o inútiles.

⁹ Radicado 19-198723-60 de 30 de marzo de 2022.

¹⁰ Radicado 19-198723-9

¹¹ Sobre el particular, el párrafo 2º del artículo 103 del Código General del Proceso, señala: "*No obstante lo dispuesto en la Ley 527 de 1999, se presumen auténticos los memoriales y demás comunicaciones cruzadas entre las autoridades judiciales y las partes o sus abogados, cuando sean originadas desde el correo electrónico suministrado en la demanda o en cualquier acto del proceso*" En este caso, la señora Sanclemente no es sujeto reconocido en el proceso.

¹² Art. 3º Ley 1437 de 2011. 11. En virtud del principio de eficacia, las autoridades buscarán que los procedimientos logren su finalidad y, para el efecto, removerán de oficio los obstáculos puramente formales y evitarán decisiones inhibitorias, dilaciones o retardos y sanearán de acuerdo con este código las irregularidades procedimentales que se presenten, en procura de la efectividad del derecho material objeto de la actuación administrativa.

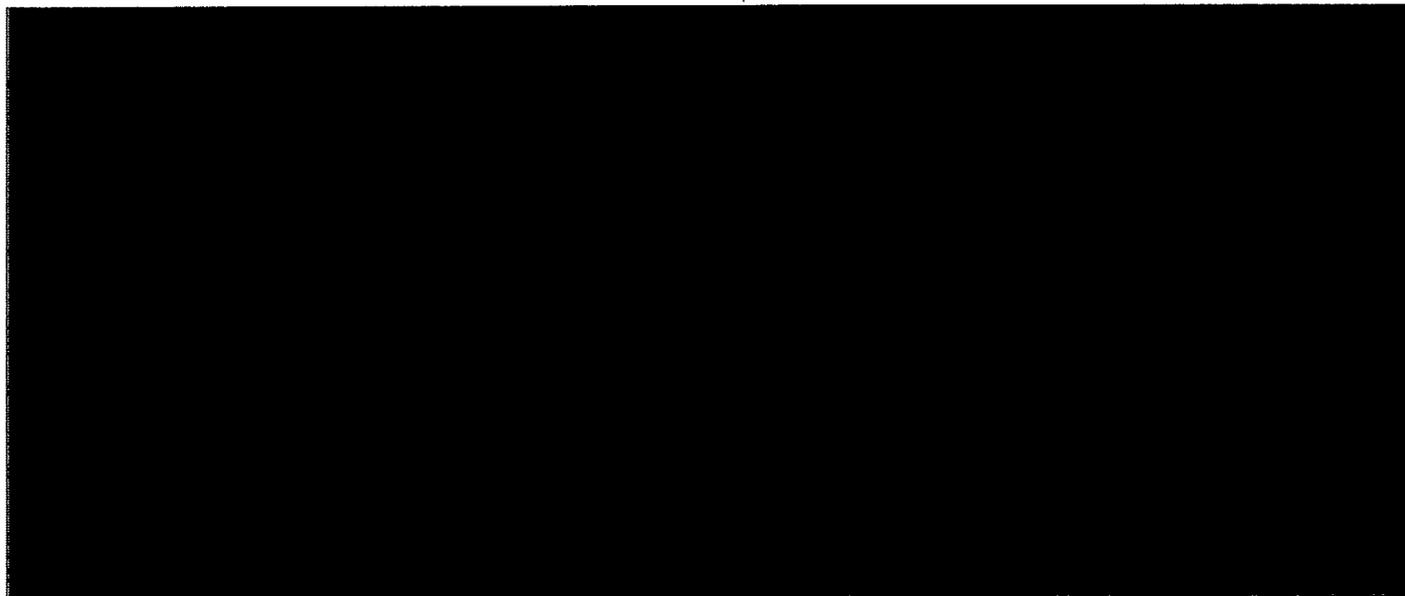
Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

En relación con el segundo aspecto, es claro que las pruebas no acreditan la recepción del documento, para este propósito, el artículo 62 de la Ley 1437 de 2011, contempla las reglas para demostrar el envío y recepción de comunicaciones, así:

“ARTÍCULO 62. Prueba de recepción y envío de mensajes de datos por la autoridad. Para efectos de demostrar el envío y la recepción de comunicaciones, se aplicarán las siguientes reglas:

- 1. El mensaje de datos emitido por la autoridad para acusar recibo de una comunicación será prueba tanto del envío hecho por el interesado como de su recepción por la autoridad.*
- 2. Cuando fallen los medios electrónicos de la autoridad, que impidan a las personas enviar sus escritos, peticiones o documentos, el remitente podrá insistir en su envío dentro de los tres (3) días siguientes, o remitir el documento por otro medio dentro del mismo término, siempre y cuando exista constancia de los hechos constitutivos de la falla en el servicio.”*

Bajo esa regla debe existir un mensaje de datos emitido por la autoridad, en este caso por la Superintendencia en el que se acuse recibo de la comunicación. En esta actuación las pruebas aportadas por **RAPPI S.A.S.**, señalan de manera clara: *“Se completó la entrega a estos destinatarios o grupos, pero el servidor de destino no envió información de notificación de entrega”*, tal y como se extrae de la siguiente imagen¹³:



Analizada esta prueba documental se tiene que, el mismo servidor de correo de la sancionada a las 15:07 horas generó un mensaje, en el que le avisa que no se cuenta con notificación de entrega por parte del servidor de esta Entidad, por tanto, **RAPPI S.A.S.**, desde el mismo 7 de diciembre de 2021 conocía que no tenía notificación de recepción de su correo.

Sobre el particular, es válido destacar que la sancionada en su debida diligencia contó con la oportunidad de aportar los alegatos una vez conoció del aviso generado por su sistema, en el cual se le advertía que el servidor de destino no envió información de notificación de entrega, sin embargo, optó por no remitirlo en oportunidad posterior y, solo hasta la presentación del recurso de apelación puso de presente esta situación, siendo un aspecto que estaba en la esfera de su control y diligencia.

En efecto, la prueba de la recepción es el mensaje de datos generado por esta autoridad para acusar recibo, conforme a la regla descrita en el artículo 62 de la Ley 1437 de 2011. Esta circunstancia no se encuentra probada y también encuentra respaldo en la respuesta emitida por parte de la Oficina de Tecnología e Informática de esta Entidad¹⁴, que certificó que al realizar la

¹³ Documento allegado con el recurso de apelación en el radicado 19-198723-60.

¹⁴ Respuesta obrante en el consecutivo 77 del expediente.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

búsqueda de correos no hay evidencia de entrada de correos el día 7 de diciembre de 2021 a las 15:07 horas por parte de la sancionada.

En conclusión, las pruebas no acreditan que los alegatos hayan sido recibidos en el buzón de correo de esta Superintendencia, por lo que de conformidad con lo expuesto se tendrán por no presentados los alegatos de conclusión. Así, al no generarse ninguna consecuencia que invalide la actuación y que impida decidir, pasa esta Instancia a resolver las inconformidades planteadas en el escrito de apelación, no sin antes traer de presente los hechos materia del caso y las imputaciones.

9.2. Hechos relevantes, imputaciones fácticas y reconocimiento del tercero interesado

Los hechos que resultan relevantes para analizar el caso en concreto se contraen a lo siguiente:

Esta entidad tuvo conocimiento de la denuncia presentada por [REDACTED], mediante la cual el 31 de agosto de 2019, manifestó que aparentemente **RAPPI S.A.S.**, vendía bebidas alcohólicas a menores de edad¹⁵.

Sobre el aspecto antes mencionado, también se recibieron diferentes traslados de peticiones surtidas ante la Dirección de Gestión Políciva¹⁶, el Jefe del área de protección de Infancia y Adolescencia de la Policía¹⁷ ante los cuales le ponían de presente a estas autoridades la presunta venta de bebidas embriagantes a menores de edad.

Asimismo, esta Autoridad adelantó diferentes averiguaciones preliminares¹⁸ y visitas de inspección a páginas web¹⁹, con miras a verificar la presunta vulneración a los derechos de los consumidores relacionadas con: la calidad del servicio de Rappifavor; los tiempos de entrega, las presuntas deficiencias en la calidad del servicio el día de la madre, la existencia de publicidad emitida por parte de la sancionada respecto licores sin las advertencias de nocividad y contraindicaciones, y las medidas adoptadas en materia de comercio electrónico, todas estas actuaciones se encuentran acumuladas a este procedimiento administrativo sancionatorio.

Teniendo en cuenta el análisis de la información recopilada en la etapa de averiguación preliminar, la Dirección determinó por medio de la Resolución No. 82505 del 24 de diciembre de 2020, iniciar investigación administrativa mediante la formulación de cargos en contra de **RAPPI S.A.S.**, realizando las siguientes imputaciones fácticas:

"(...) 14.1 Imputación fáctica No. 1: Presunto incumplimiento al artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, por una posible falta de calidad en la prestación del servicio.

(...)

14.2. Imputación fáctica No. 2: Presunto incumplimiento a los artículos 23, 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011 en concordancia con lo establecido en el numeral 2.1.2.4 de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio.

(...)

14.3. Imputación fáctica No. 3: Presunto incumplimiento a los literales c) y d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el artículo 23 de la misma norma.

(...)

14.4. Imputación fáctica No. 4: Presunta infracción a lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, por la aparente desprotección que brinda al interior de su página web y app a los niños, niñas y adolescentes. (...)"

Por otra parte, la **CORPORACIÓN COLOMBIANA DE PADRES Y MADRES – RED PAPAZ**, solicitó el reconocimiento como tercero interesado, petición que a la que se accedió, como da cuenta la Resolución No. 67781 del 21 de octubre de 2021.

¹⁵ Corresponde al radicado 19-198723-0.

¹⁶ Al respecto puede verse los radicados 19-297219, 19-293571

¹⁷ Al respecto puede verse el radicado 19-302676.

¹⁸ Estas averiguaciones se surtieron bajo los radicados 20-16890, 20-66537 y 20-119287.

¹⁹ Al respecto puede verse los radicados 19-198723-6 y 19-198723-10 del 14 de enero de 2020 y 28 de abril de 2020.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Finalmente, conforme se anunció líneas atrás, este Despacho procederá a analizar cada una de las cuestiones planteadas en el recurso de apelación, como pasa a exponerse.

9.3. Caducidad de la facultad sancionatoria

Una vez revisado el material probatorio obrante en el expediente, se pudo verificar en esta Instancia que la Dirección no perdió competencia para estudiar y sancionar las conductas desplegadas por **RAPPI S.A.S.**, por las razones que pasan a explicarse a continuación.

La sancionada argumentó que se configuró la caducidad de la facultad sancionatoria en relación con los hechos denunciados por la venta de bebidas embriagantes a menores de edad. Explicó, que de conformidad con las consideraciones hechas por la Dirección en el acto administrativo sancionatorio, la Dirección sí mencionó hechos correspondientes al año 2017.

El artículo 52 de la Ley 1437 de 2011, dispone que la facultad que tienen las autoridades para imponer sanciones caduca a los tres (3) años de ocurrido el hecho, la conducta u omisión que pudiere ocasionarlas, término dentro del cual el acto administrativo que impone la sanción debe haber sido expedido y notificado y que cuando se trate de un hecho o conducta continuada, este término se contará desde el día siguiente a aquel en que cesó la infracción y/o la ejecución.

9.3.1. Imputaciones fácticas número uno²⁰ y cuatro²¹.

En relación con estas imputaciones fácticas²², se tiene que frente a la imputación número uno, relativa a la deficiencia en la calidad del servicio, el hecho tuvo lugar el pasado **20 de octubre de 2019**, en la que se evidenciaba la adquisición y entrega de licor a un menor de edad. Lo anterior se complementó con la queja presentada por la Corporación Colombiana de Padres y Madres – Red PaPaz, bajo el radicado número 19-302676-0 del día 30 de diciembre de 2019 a través de la cual denunció esta venta.

Adicionalmente, los hechos que estructuraron esta imputación también corresponden a la inspección al sitio web <http://www.rappi.com.co/> del día **13 de enero de 2020**, en donde se observó que presuntamente la sancionada no validaba la veracidad de la edad del consumidor, sin confirmar que efectivamente quien deseara adquirir una bebida alcohólica fuera una persona mayor de edad.

Asimismo, en lo que atañe a la imputación número cuatro relacionada con las medidas al interior de su página web, la Dirección tuvo como hecho la visita de inspección a la página de internet de **RAPPI S.A.S.**, y su redes sociales el pasado **13 de enero de 2020**²³ encontrando que las medidas de seguridad implementadas por la sancionada para evitar el consumo de bebidas alcohólicas por menores de edad, no eran suficientes o eficientes, lo anterior, también con ocasión de la queja presentada por la señora [REDACTED]²⁴, por el señor [REDACTED]²⁵ y por la Corporación Colombiana de Padres y Madres – Red PaPaz²⁶, en la que manifestaron que aparentemente **RAPPI S.A.S.** ofrecía y comercializaba bebidas alcohólicas a menores de edad. Igualmente,

9.3.2. Imputación fáctica número tres²⁷.

En el pliego de cargos²⁸ la Dirección tuvo en cuenta la información allegada por **RAPPI S.A.S.** mediante radicado 19-198723-9 de **22 de enero de 2020**, manifestando que los términos y

²⁰ Presunto incumplimiento al artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, por una posible falta de calidad en la prestación del servicio.

²¹ Presunta infracción a lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, por la aparente desprotección que brinda al interior de su página web y app a los niños, niñas y adolescentes.

²² Considerando 14.1 Imputación fáctica No. 1: Presunto incumplimiento al artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, por una posible falta de calidad en la prestación del servicio de la Resolución No. 82505 de 24 de diciembre de 2020.

²³ Radicado número 19-198723-6.

²⁴ Escrito identificado con el radicado número 19-198723-0 de 31 de octubre de 2019.

²⁵ Escritos identificados con los radicados números 19-293571-0 y 19-297219-0.

²⁶ Escrito identificado con el radicado número 19-302676-0 de 30 de diciembre de 2019.

²⁷ Presunto incumplimiento a los literales c) y d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el artículo 23 de la misma norma.

²⁸ Considerando 14.3. Imputación fáctica No. 3: Presunto incumplimiento a los literales c) y d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el artículo 23 de la misma norma de la Resolución No. 82505 de 24 de diciembre de 2020.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

restricciones para la comercialización de bienes nocivos para la salud, como las bebidas alcohólicas y los productos de tabaco, estaban publicados en sus páginas de Internet y redes sociales. Sin embargo, la Dirección advirtió que aparentemente los mismos no estaban publicados en los medios usados por la sancionada para ejercer actos de comercio electrónico, como su aplicación para dispositivos móviles y su página web.

Se concluye que de los hechos y las pruebas antes referidas, no operó la caducidad de la facultad sancionatoria

En igual sentido, ninguno de los hechos con base en los cuales el apoderado alegó la configuración de la facultad sancionatoria, esto es aquellos nombrados en el considerando noveno del acto sancionatorio y en el considerando octavo del pliego de cargos como antecedente de la actuación administrativa, sustentó las imputaciones fácticas relacionadas con la venta de bebidas embriagantes a menores de edad.

9.4. RAPPI S.A.S. es un proveedor de servicios

Sea lo primero señalar que en el presente asunto hay que distinguir la calidad con la que **RAPPI S.A.S.**, actúa en el mercado, de los medios que se sirve para ejercer su actividad comercial (ambiente de comercio electrónico). En relación con lo primero este Despacho considera que **RAPPI S.A.S.**, a partir de la descripción de su modelo de negocio es un proveedor en los términos definidos por el Estatuto del Consumidor-Ley 1480 de 2011.

Ahora bien, la sancionada plantea nuevamente que la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor tiene un entendimiento errado sobre la definición de "Portal de contacto", señala la diferencia que en su parecer existe con las plataformas de comercio electrónico y atado a lo anterior concluye que se desconoce su modelo de negocio.

Al respecto es preciso señalar que tales argumentaciones ya fueron conocidas, analizadas y objeto de pronunciamiento mediante la Resolución No. 65205 de 16 de octubre de 2020, en el radicado 18-256766²⁹. En esa medida, dicha resolución es un acto administrativo ejecutoriado que goza de presunción de legalidad, razón por la cual este Despacho no entrará a pronunciarse nuevamente sobre tales aspectos, teniendo en cuenta que en la presente actuación administrativa las imputaciones que le fueron realizadas se relacionaron con la vulneración de los artículos 6, 23, 29, 30 y 52 de la Ley 1480 de 2011 en su calidad de proveedor³⁰ y no de las obligaciones derivadas de lo previsto en el artículo 50 de la misma Ley.

De acuerdo con lo anterior, además se ha garantizado el principio de confianza legítima y del que equivocadamente el censor considera vulnerado, habida cuenta que bajo los expedientes números 15-238747³¹ y 18-256766 esta Superintendencia ha reconocido con anterioridad en **RAPPI S.A.S.**, la calidad de proveedor.

A esto también se suma que en sede jurisdiccional, la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales ha reconocido que **RAPPI S.A.S.**, tiene la condición de proveedor, como se decanta en la Sentencia No. 16593 de 26 de diciembre de 2019, proferida en la acción de protección al consumidor identificada con el radicado 18-182237, en el que concluyen que la empresa tiene la condición de proveedor.

Hechas estas consideraciones, este Despacho no entrará tampoco a pronunciarse sobre las presuntas incongruencias con la "Guía para la Protección al Consumidor de Comercio Electrónico", proferida por esta Superintendencia, ya que no resulta necesario para analizar y absolver los demás motivos de inconformidad planteados por **RAPPI S.A.S.**, en el recurso de apelación.

²⁹ Al respecto véase también las Resoluciones 65468 de 2021, 70138 de 2021 y 70143 de 2021.

³⁰ Numeral 11 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011. "Proveedor o expendedor: Quien de manera habitual, directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos con o sin ánimo de lucro".

³¹ Al respecto véase la Resolución No. 62908 de 30 de agosto de 2018.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Así las cosas, la Delegatura procederá a continuación a pronunciarse sobre los demás aspectos contenidos y mencionados en el recurso de apelación interpuesto por **RAPPI S.A.S.**, así:

9.4.1. RAPPI S.A.S. como proveedor de servicios a partir del modelo de negocio

A partir del modelo de negocio planteado por **RAPPI S.A.S.**, es claro que esta es, como antes se señaló, un proveedor de servicios, cuya obligación principal en todos los casos es la entrega de los bienes que los consumidores demandan o que le solicitan sean llevados de un lugar a otro (Rappifavor).

Por ello, en consideración de este Despacho el cuestionamiento sobre su actuar en calidad de proveedor se refiere principalmente al servicio de entrega que deviene de la actividad que desarrolla, junto con los demás servicios que fueron objeto de otras imputaciones.

En efecto, su esquema de negocio para garantizar la entrega se compone de aspectos tales como: la facilitación de una herramienta tecnológica para materializar la relación de consumo, la facilitación de medios de pago, canales de atención al cliente, la obtención de beneficios derivados de la concreción de la relaciones de consumo entre los proveedores y consumidores (tarifa de servicio), y se vale de "*repartidores independientes*" como vehículo escogido para asumir la entrega de los bienes en su modelo de negocio. Por lo tanto, es claro su condición de proveedor desde su misma operación comercial, como bien lo explicó con acierto la Dirección.

9.4.1.1. La Superintendencia atendió el principio de tipicidad.

Este Despacho considera, contrariamente a lo expuesto por el censor, que la Dirección no se extralimitó en sus funciones ya que simplemente se atuvo a lo dispuesto en la Ley 1480 de 2011, en cuanto a las normas vulneradas en la presente actuación acatando el principio de tipicidad.

En relación con el principio invocado, la jurisprudencia constitucional, la jurisprudencia constitucional³² ha señalado que:

*"(i) el principio de **legalidad**, que se traduce en la **existencia de una ley que la regule**; es decir, que corresponde sólo al legislador ordinario o extraordinario su definición. (ii) El principio de **tipicidad** que, si bien **no es igual de riguroso al penal**, sí obliga al legislador a hacer una **descripción de la conducta** o del **comportamiento que da lugar a la aplicación de la sanción y a determinar expresamente la sanción**³³."*

Sobre el principio de tipicidad, la Corte Constitucional en sentencia C-713 de 2012, explicó:

*"(...) Para que se pueda predicar el **cumplimiento del contenido del principio de tipicidad**, se habrán de reunir tres elementos, a saber:*
*(i) **Que la conducta sancionable esté descrita de manera específica y precisa**, bien porque la misma esté determinada en el mismo cuerpo normativo o sea determinable a partir de la aplicación de otras normas jurídicas;*
*(ii) **Que exista una sanción** cuyo contenido material este definido en la ley;*
*(iii) Que exista **correlación entre la conducta y la sanción**;"*

En relación con la tipicidad en el derecho administrativo sancionador, la Corte Constitucional en la misma sentencia C-713 de 2012, manifestó:

*"(...) 4.4.1. El principio de tipicidad en el derecho administrativo sancionador **no se reclama** con el mismo grado de rigor que se demanda en materia penal, en virtud de la divergencia en la naturaleza de las normas, el tipo de conductas reprochables, los bienes objeto de protección y la finalidad de la sanción. Sin embargo, ello no obsta para exigir la tipicidad de las conductas reprochables, la predeterminación de la sanción y la existencia de un procedimiento que asegure el derecho a la defensa."*

³² Sentencia C-616 de 2002, reiterado en Sentencia C-595 de 2010, C-089 de 2011, C-748 de 2011.

³³ Sentencia SU-1010 de 2008

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

4.4.2. En este sentido, la Corte en la sentencia C-564 de 2000, se pronunció cuando dijo que: 'el derecho administrativo, a diferencia de lo que sucede en el derecho penal, suele no establecer una sanción para cada una de las infracciones administrativas que se presente, sino que se **opta por establecer clasificaciones más o menos generales en las que puedan quedar subsumidos los diferentes tipos de infracciones.** Para el efecto, **el legislador señala unos criterios que han de ser atendidos por los funcionarios encargados de imponer la respectiva sanción,** criterios que tocan, entre otros, con la **proporcionalidad y razonabilidad** que debe presentarse **entre la conducta o hecho que se sanciona y la sanción que pueda imponerse**³⁴. (...) Debe recordarse que **las conductas o comportamientos que constituyen falta administrativa, no tienen por qué ser descritos con la misma minuciosidad y detalle que se exige en materia penal, permitiendo así una mayor flexibilidad en la adecuación típica.** (...)” (Destacado fuera del texto original).

De los apartes jurisprudenciales anteriores, se puede concluir que el principio de tipicidad se refiere a la descripción en la norma de la conducta (entendida como acción u omisión) y la sanción que le corresponde por su vulneración.

También se puede concluir, que la jurisprudencia constitucional ha aclarado que la aplicación del principio de tipicidad en el régimen de responsabilidad administrativo sancionador se aplica de una manera menos rigurosa que en el derecho penal y que el mismo comprende, además de la descripción de una conducta en la norma y la respectiva sanción, la observancia de un procedimiento que asegure el derecho de defensa.

De lo anterior, puede esta Instancia advertir que la Dirección cumplió el principio de tipicidad al indicar que es proveedor del servicio con la consecuente entrega de los bienes como característica principal del servicio que presta. Esto, ya que según las disposiciones de la Ley 1480 de 2011 invocadas anteriormente, se tiene que el propósito de los consumidores es **disfrutar y utilizar los productos adquiridos, lo cual únicamente se puede lograr con la entrega** (definición de consumidor del numeral 3 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011).

Por consiguiente, la actuación administrativa adelantada se ha ejercido contemplando la tipicidad y legalidad al ratificarle su calidad de proveedor y en consecuencia, al servicio de entrega que desarrolla.

9.4.1.2. RAPPI S.A.S. ha ejercido libremente su derecho a la libertad de empresa.

Se considera que se ha garantizado la libertad de empresa, de hecho, al haberse dirigido esta actuación administrativa sobre normas de carácter general relacionadas con la vulneración de los artículos 6, 23, 29, 30 y 52 de la Ley 1480 de 2011, esto es calidad del servicio, información, publicidad y medidas de protección para niños, niñas y adolescentes en su calidad de proveedor, en manera alguna se limita su derecho a la libertad de empresa.

En efecto, la sociedad **RAPPI S.A.S.**, ejerce sin ninguna interferencia su actividad económica sin que esta Superintendencia obstruya su modelo de negocio, precisamente, de su esquema de negocio permite que la empresa participe activamente en el mercado como proveedor y en tal rol debe asegurar la entrega de los productos adquiridos aun valiéndose de terceros como lo son los “Rappitenderos”.

Se insiste, las disposiciones con base en las cuales se adelantó la actuación administrativa en su contra, esto es la Ley 1480 de 2011 y demás normas concordantes, son aquellas que establecen las obligaciones a cargo de **RAPPI S.A.S.**, y las cuales son normas de orden público³⁵ y por ende, de obligatorio cumplimiento, que propenden por la protección especial de los derechos de los consumidores sin que pueda atribuirse violación al ejercicio de su libertad de empresa.

³⁴ Sentencia C-404 de 2001.

³⁵ Artículo 4 de la Ley 1480 de 2011.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

En conclusión, la sancionada ha podido ejercer su derecho a la libertad de empresa, y en este caso particular todas las consideraciones que se han dado se han impuesto por su condición de proveedor y no propiamente por su modelo de negocio, que en todo caso no limita la libertad de empresa.

9.5. Régimen de responsabilidad aplicable

El régimen de responsabilidad al que se refirió la Dirección en la primera instancia fue adecuadamente atribuido.

En efecto, frente a los argumentos señalados, este Despacho encuentra que la responsabilidad en asuntos como el que ahora se estudia, se materializa aún frente a la ausencia de la culpa o dolo, es decir, basta con la infracción de las normas. En consecuencia, esta Autoridad no tiene la carga de probar que el incumplimiento se deriva de la culpa o negligencia del productor y/o proveedor.

Por consiguiente, la responsabilidad que recae sobre el sujeto pasivo de la actuación no representa imponerle a la Administración una carga probatoria que demuestre la intención o culpabilidad con la que se generó la conducta.

En consecuencia, probado el supuesto de hecho establecido en la norma imputada, resulta razonable afirmar que la responsabilidad corresponde al empresario demostrar un eximente de responsabilidad que rompa el nexo causal entre su actuar y el supuesto normativo invocado.

Así lo ha manifestado el Consejo de Estado³⁶ en el sentido de que "(...) **el derecho administrativo sancionador se caracteriza por la exigencia de puesta en peligro de los bienes jurídicos siendo excepcional el requerimiento de la lesión efectiva. (...) La reacción de la administración no es otra cosa distinta que una respuesta habilitada por el ordenamiento jurídico cuando se presenta un incumplimiento de una norma (incumplimiento que está tipificado como infracción administrativa) al incurrir en el desconocimiento de un deber, abusar de una situación subjetiva reconocida o incurrir en una prohibición. Siempre se ha sostenido que el derecho penal reprocha el resultado, incluso en los denominados delitos de peligro, comoquiera que se requiere una puesta efectiva en riesgo del bien jurídico objeto de protección. Esta situación no se presenta en el ámbito administrativo en el que por regla general la '...esencia de la infracción radica en el incumplimiento de la norma', de allí que se sostenga que el reproche recae sobre 'la mera conducta'. (...)**". (Subrayado fuera del texto original).

Por lo anterior, contrario a lo señalado por el apelante, las afirmaciones realizadas por la Dirección en cuanto al régimen de responsabilidad aplicable al presente caso fue el correcto.

9.5.1. Valor probatorio de las peticiones, quejas y reclamos

Este Despacho coincide con la Dirección al tener en cuenta las Peticiones, quejas y reclamos (PQRs), para demostrar la falta de calidad de los servicios.

Sobre el particular, frente a lo señalado por el apoderado en cuanto a que para la Dirección eran suficientes algunas peticiones, quejas y reclamos relacionadas con las vulneraciones a los derechos de los consumidores y que para demostrar la falla en la calidad del servicio no se requería el ejercicio comparativo del total de servicios llevados a cabo de forma satisfactoria, esta Instancia le aclara a **RAPPI S.A.S.**, que el fundamento probatorio de la decisión sancionatoria fue suficiente ya que los documentos de relación de quejas aportados por la sancionada, fueron valorados de conformidad con las reglas de la sana crítica en los términos del artículo 176 del Código General del Proceso (CGP), permitiendo concluir razonablemente que se encuentra demostrado que los defectos de calidad que fueron imputados efectivamente existieron.

a. En primer lugar, es necesario resaltar qué es lo que contienen específicamente las relaciones de peticiones, quejas y reclamos, y por qué se les puede atribuir credibilidad sobre la existencia del defecto de calidad. Al respecto, al presentar sus escritos **RAPPI S.A.S.** realizó afirmaciones que

³⁶ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Tercera, Subsección C. (22 de octubre de 2012). Radicación número: 20738. [CP Enrique Gil Botero.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

revelan la fuente de las descripciones contenidas en los documentos de relación de quejas. De conformidad con lo que refirió **RAPPI S.A.S.**, la descripción de la reclamación que aparece en los documentos de relación de quejas corresponde a lo que los consumidores afectados le manifestaron a la sancionada al momento de formular su reclamación. Esto implica, entonces, que esa descripción de cada queja en realidad contiene la versión que cada consumidor manifestó a **RAPPI S.A.S.** sobre el asunto objeto de su reclamo. Esta conclusión, por supuesto, es coherente con las máximas de la experiencia, pues ningún sentido tendría un documento de relación de quejas en el que la descripción de las reclamaciones no correspondiera con lo que cada consumidor manifestó al proveedor.

b. En segundo lugar, es necesario resaltar los resultados de valorar los documentos de relación de quejas de conformidad con las reglas de la sana crítica y, en particular, de las máximas de la experiencia. Para ese propósito es fundamental hacer una breve referencia al significado de este concepto, sus condiciones de aplicación y los elementos que le atribuyen valor probatorio en una actuación de esta naturaleza.

De conformidad con la jurisprudencia, las máximas de la experiencia son "*aquellos dictámenes hipotéticos de carácter general originados en el saber empírico, a partir de situaciones concretas, pero que, desligándose de éstas, adquieren validez en nuevas circunstancias o, lo que es lo mismo, 'aquellas máximas nacidas de la observación de la realidad que atañe al ser humano y que sirve de herramienta para valorar el material probatorio de todo juicio'*"³⁷.

Teniendo en cuenta la definición descrita, es razonable afirmar que existe una máxima de la experiencia que puede describirse de la siguiente forma: si un número considerable de personas se toma el trabajo de plantear formalmente una afirmación sobre la existencia de un hecho específico y, además, coinciden en su descripción sobre ese hecho, es razonable concluir que el hecho en cuestión efectivamente existió.

Esta máxima de la experiencia es particularmente aplicable en relación con los consumidores. De un lado, porque la formulación de una reclamación directa ante un proveedor es una actividad que requiere un esfuerzo considerable y que exige una inversión de tiempo y otros recursos que no es despreciable. Del otro, porque el hecho de que varias personas que no tienen relación entre ellas terminen por afirmar que existió una misma circunstancia fortalece la hipótesis de la veracidad de la afirmación, pues esa ausencia de contacto previo prácticamente excluye la posibilidad de una coordinación orientada a engañar al proveedor.

La máxima de la experiencia descrita es precisamente la que fortalece el valor demostrativo de las relaciones de peticiones, quejas y reclamos. En efecto, según esos documentos fueron miles de personas –quienes coincidieron en afirmar que **RAPPI S.A.S.** tuvo los defectos de calidad que fundamentaron la imputación. En adición, ese considerable número de personas, que no tendrían relación entre sí, se tomaron el trabajo de formular esas afirmaciones de manera formal con la inversión de los recursos que esa actividad supone. En consecuencia, el documento de relación de quejas constituye un elemento que, sumado al origen de su contenido, corrobora el valor probatorio que la Dirección le atribuyó y que la Delegatura confirma.

c. En tercer lugar, en los términos del artículo 241 del CGP el comportamiento procesal de **RAPPI S.A.S.** terminó por corroborar las conclusiones que una adecuada valoración del documento de relación de quejas imponía. Al respecto, debe llamarse la atención acerca de que **RAPPI S.A.S.** nunca negó que los defectos de calidad que fundamentaron la imputación efectivamente hubieran existido. De hecho, su defensa estuvo orientada a justificar su ocurrencia y a resaltar la atención que le otorgó a las reclamaciones formuladas por los consumidores.

Por lo anterior, el material probatorio recaudado apoya suficientemente la conclusión de que los defectos de calidad que la Dirección imputó a **RAPPI S.A.S.**

³⁷ Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, sentencia del 30 de septiembre de 2004, M.P. Pedro Octavio Múnar Cadena, expediente No. 7549

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

9.5.2. El comportamiento de RAPPI S.A.S. configuró la infracción imputada (vulneración al artículo 6 de la Ley 1480 de 2011).

El principio de legalidad exige que la conducta sancionable esté prevista de manera suficientemente clara en una norma de rango legal. Sin duda la imputación en este caso atiende ese principio, pues el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011 establece que el productor³⁸ tiene el deber de asegurar la calidad e idoneidad de los productos que ofrece a los consumidores y, además, que incumplir ese deber configura un comportamiento sancionable por parte de la autoridad de supervisión y control. En este caso se demostró que **RAPPI S.A.S.** incumplió la calidad de sus servicios:

- a) Debido a fallas en el servicio de "*RappiFavor*" por la cancelación del servicio, la no devolución del dinero cuando el servicio no se prestó, fallas en el cobro e incidentes con los repartidores por doble cobro (pago electrónico y pago en efectivo), por no entrega, entrega equivocada, entrega incompleta o entrega en mal estado del pedido, no aplicación de pagos con "*RappiCréditos*" y pérdida de productos enviados a través de "*RappiFavor*";
- b) Cancelaciones por parte de la sancionada de los pedidos realizados por los consumidores, la no entrega, la entrega incompleta o la entrega en mal estado, la entrega de un producto diferente al solicitado e inconvenientes con el cobro por la prestación del servicio en relación con la plataforma de comercio electrónico de **RAPPI S.A.S.**;
- c) Incumplimiento en los tiempos de entrega informados inicialmente, demora en la entrega de los pedidos, retrasos debido a que la sancionada estableció un plazo específico pero con el transcurrir del mismo modificó constantemente el tiempo de entrega, de forma que cada vez se hacía mayor en relación con el inicial;
- d) Fallas en la prestación del servicio con ocasión de la celebración del "*Día de la Madre*" el día 10 de mayo de 2020, por incumplimientos en la entrega de algunos pedidos realizados por los consumidores, entrega tardía, la no entrega, la entrega incompleta, la entrega de un producto diferente al solicitado, la cancelación del pedido por parte de la sancionada luego de haber debitado el valor del pedido y la imposibilidad de hacer pedidos; y
- e) Fallas en la calidad del servicio en relación con la entrega de estos productos nocivos a menores de edad, al no garantizar que estos no tuvieran acceso particularmente a bebidas alcohólicas.

Lo anterior implica la inobservancia de las condiciones de la calidad inherentes y las anunciadas e informadas por la sancionada. Esto, en razón a que el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011 trata como supuesto de infracción **el solo incumplimiento una vez se ha probado** y conforme con el artículo 61 *ibidem*, su inobservancia es sancionable, teniendo en cuenta que las normas de protección al consumidor son normas de orden público, por ende, de obligatorio cumplimiento.

Con base en lo anterior, se tiene que al haber evidenciado que **RAPPI S.A.S.**, no aseguró las condiciones de calidad de los servicios por ella prestados a través de su comercio electrónico es suficiente para encontrar configurada su responsabilidad.

9.5.3. La Superintendencia cumplió con la carga de la prueba al demostrar la deficiencia en la calidad en la prestación del servicio

La Dirección verificó la adecuación típica entre la conducta reprochada y el supuesto de hecho del artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, con base en pruebas debidamente aportadas al expediente.

En tal sentido, se atendió la carga probatoria, debido a que esta Entidad realizó las averiguaciones preliminares correspondientes, así como valoró su mérito para iniciar la correspondiente investigación administrativa y en el curso de la actuación le otorgó el respectivo valor probatorio a las pruebas aportadas.

Primero, porque en relación con el servicio "*RappiFavor*", la Dirección analizó la información y documentación aportada mediante el escrito identificado con el radicado número 20-16890-2 del 11

³⁸ También al prestador del servicio.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

de febrero de 2020, con el que allegó una relación en formato *Excel* con peticiones, quejas y reclamos recibidas entre el día 1 de julio al día 10 de diciembre de 2019 (55.965 PQRs).

Segundo, la Dirección examinó la relación de las peticiones, quejas y reclamos radicadas ante **RAPPI S.A.S.** entre el 1 de enero al 24 de diciembre del año 2019 aportada mediante el escrito identificado con el radicado número 19-198723-9 de 22 de enero de 2020, cuyo motivo correspondió a cancelaciones por parte de la sancionada, de los pedidos realizados por los consumidores, y demoras en la entrega, entre otros.

Tercero, la Dirección estudió la información y documentación presentada por la sancionada mediante su escrito identificado con el radicado número 20-66537-1 de 18 de marzo de 2020, encontrando que **RAPPI S.A.S.**, dentro del periodo de tiempo comprendido entre el 1 y el 10 de marzo de 2020, recibió 330 peticiones, quejas y reclamos, por demoras en la entrega de los pedidos, cancelaciones, etc.

Cuarto, la Dirección tuvo en cuenta la información allegada por la sancionada mediante escrito identificado con el radicado número 20-119287-1 de 21 de mayo de 2020, relacionada con la alta demanda de pedidos recibidos durante el día 10 de mayo de 2020 el *Día de la Madre*, y en la que se identificaron 4.602 quejas y reclamos asociados a demoras en la entrega, entre otros, como se describió en literal d) del numeral 9.5.2 de este acto administrativo, sin perjuicio de que al analizar la imputación fáctica como se verá más adelante, se explicará lo atinente a la inexistencia de un eximente de responsabilidad constitutivo de fuerza mayor.

Quinto, la Dirección advirtió la falla de calidad del servicio prestado por la sancionada en relación con la venta y entrega de bebidas alcohólicas, al no garantizar que los menores de edad no tuvieran acceso a ellos, según lo evidenciado de la información y documentación aportada por **RAPPI S.A.S.**, mediante el escrito identificado con el radicado número 19-198723-9. Lo anterior, en contraste con los términos y condiciones previstos por la impugnante para la comercialización de bebidas alcohólicas, en los que ésta dice que informaba a los consumidores que no era responsable de su consumo por parte de menores de edad, así como que en su aplicación móvil, emitía un mensaje informativo con el que indicaba al consumidor que debía ser mayor de edad para poder adquirir una bebida alcohólica. Así mismo, que el "*Rappitendero*" cuando entregaba algún producto nocivo para la salud, debía registrar en la aplicación móvil si el consumidor que recibía el producto estaba sobrio o no y la fecha de nacimiento de éste.

En efecto, las pruebas legal y oportunamente incorporadas al proceso permitieron concluir que la sancionada vulneró las normas de protección al consumidor, por lo que le correspondía a **RAPPI S.A.S.**, desvirtuar aquello que resultó probado en la actuación, y en consecuencia, demostrar que acató la norma imputada, o que existió un eximente de responsabilidad. Se aclara también, que el principio de presunción de inocencia debe conjugarse con la determinación de la carga probatoria, correspondiéndole a la sancionada aportar los medios de convicción necesarios para desvirtuar los cargos formulados en el pliego y demostrar que en efecto, cumplió con sus deberes, lo cual, no ocurrió.

Teniendo en cuenta lo explicado, quedan debidamente desvirtuados, y por lo tanto, desestimados los reparos de **RAPPI S.A.S.**, según los cuales la Dirección no hizo la adecuación típica correspondiente, en tanto que esta Superintendencia logró probar su responsabilidad.

9.5.4. Canales de atención de peticiones, quejas y reclamos

Frente a la posición de la sancionada conforme la cual era preferible no disponer de canales de atención de peticiones, quejas y reclamos, pues con ello no habría ningún soporte que sirviera para que esta Entidad encontrara configurada las fallas en la calidad del servicio, este Despacho encuentra que la misma no puede ser aceptada.

En primer lugar, porque son las propias conclusiones de la impugnante.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

En segundo lugar, porque sin perjuicio de que hayan sido un elemento probatorio en el presente caso, lo cierto es que los canales de atención al usuario le permiten conocer a manera de retroalimentación cuales son las deficiencias de su gestión, a la vez que le permiten identificar verdaderas vulneraciones a los derechos de los consumidores. Esto al margen de su obligación como prestador de un servicio derivado del mecanismo de la utilización de comercio electrónico.

9.5.5. La infracción no se mide por el volumen de quejas.

En relación con lo alegado por el impugnante en cuanto a que la cantidad de peticiones, quejas y reclamos presentadas en su contra no eran significativas, encuentra este Despacho que tal alegación es improcedente ya que lo importante es la materialización de la infracción.

Así lo explicó el Consejo de Estado, quien enfatizó que el número de quejas no es un factor para justificar el comportamiento erróneo de quienes están en la obligación de respetar y acatar las normas de protección al consumidor. En sus palabras:

*"De otra parte, el hecho de que el número de quejas frente al número de suscripciones represente apenas un 0.05% a juicio de la recurrente significa que para el 99.95% de los suscriptores la información fue veraz y suficiente, apreciación que, de todas maneras, **en manera alguna conduce a considerar que la conducta de la demandante no encuadra dentro de los supuestos normativos con base en los cuales impuso la demandada las multas cuestionadas**, pues, se reitera, es evidente que los mensajes comerciales indujeron a error al público consumidor, al creer que bastaba pagar el precio anunciado para recibir el incentivo promocionado³⁹". (Subraya y negrilla fuera de texto).*

Así las cosas, tal como se concluye la infracción no se mide por el volumen de quejas; tampoco es necesario el ejercicio comparativo con las quejas resueltas, tanto más si se considera que la reclamación por parte de los consumidores habilita al empresario para tomar las acciones respectivas frente a estas.

Sirva la presente para señalar que, si bien la sancionada en la impugnación alude que existe una discrepancia entre el número de quejas consignadas en el pliego de cargos relacionadas con el servicio de "Rappifavor", este aspecto, que es de simple transcripción no genera ningún cambio en lo que se acaba de exponer en líneas anteriores.

Así las cosas, si se revisan con atención y cuidado los dos actos administrativos señalados, se puede evidenciar que la relación de peticiones, quejas y reclamos que tuvo en cuenta la Dirección tanto para imputar cargos como para imponer una sanción fue la misma.

Por último, esta Autoridad no tenía que realizar un análisis comparativo con el volumen de servicios adecuadamente prestados, ya que en el derecho administrativo sancionador basta probar la conducta infractora de la norma para atribuir responsabilidad, máxime cuando la entrega es una obligación de resultado.

9.6. Legalidad de la prueba sobre la venta de bebidas embriagantes a menores de edad.

No se partió de premisas erróneas para llegar a la conclusión que la sancionada ofreció bebidas embriagantes a menores de edad, como pasa a explicarse.

9.6.1. El video fue trasladado a esta Superintendencia por parte de la Dirección de Protección y Servicios Especiales de la Policía Nacional.

En relación con este asunto, el impugnante alegó que la Dirección no probó que el video hubiera sido solicitado por la Dirección de Protección y Servicios Especiales de la Policía Nacional a su originador.

³⁹ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera. Sentencia del 8 de mayo de 2003. Rad. No.: 25000-23-24-000-2001-0849-01(8149).

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Al respecto, si bien dentro de sus competencias la mencionada Dirección de Protección y Servicios Especiales de la Policía Nacional, no se dirigió al originador del video, sino que le dio traslado a la Superintendencia de Sociedades⁴⁰, debemos señalar que este video siempre estuvo en manos de autoridades a quienes por su parte les obliga la custodia del mismo, en esa medida fue la Superintendencia de Sociedades la que finalmente lo remitió a esta Entidad.

9.6.2. Acceso al video relacionado con la venta de licor a menores de edad

Esta Entidad sí puso a disposición de **RAPPI S.A.S.**, el citado video durante el procedimiento administrativo adelantado en su contra. Por un lado, porque en el pliego de cargos⁴¹ la Dirección acumuló, entre otras, la actuación preliminar identificada con el radicado número 19-302676 (que incluía el video en cuestión) al radicado número 19-198723 (que identifica la presente actuación), en virtud de lo dispuesto artículo 36 de la Ley 1437 de 2011. Por otro lado, en la Resolución No. 67781 de 21 de octubre de 2021 la Dirección incorporó y otorgó el valor probatorio que de acuerdo con la ley le correspondía a los documentos recaudados en la etapa de averiguación preliminar, incluyendo el citado video.

En ese sentido, es tan evidente que el video se puso en conocimiento de la sancionada, que la compañía en su escrito de descargos⁴² dedicó el acápite "1.1.3. Nulidad de la prueba acerca de la supuesta venta de licor a un menor de edad, por haber sido recabada en violación de derechos fundamentales" a plantear sus argumentos de defensa, que aun cuando no hubieran sido acogidos, si hicieron parte del ejercicio de su derecho fundamental al debido proceso.

Por consiguiente, contrario a las afirmaciones del censor, esta Entidad atendió los deberes que le correspondían, actuando según el principio de legalidad y derecho al debido proceso.

9.6.3. Prueba lícita y legal

En la actuación no existió ninguna prueba ilícita ni se vulneró el derecho a la intimidad o de habeas data del menor involucrado en el video, como lo alega la impugnante. Para arribar a esta conclusión se tiene al respecto lo siguiente:

La prueba ilícita es la obtenida con vulneración de los derechos fundamentales de las personas como la dignidad, el debido proceso, la no autoincriminación, entre otros, o las que para su realización o aducción se somete a las personas a torturas, tratos crueles, inhumanos o degradantes. Por su parte, la prueba ilegal es aquella que en su producción, práctica o aducción se incumplen los requisitos legales esenciales, esto es el debido proceso probatorio⁴³.

Esto último siempre que la formalidad pretermitida sea esencial, pues no cualquier irregularidad acarrea su retiro del acervo probatorio. En otras palabras, la omisión de alguna formalidad insustancial por sí sola no autoriza la exclusión del medio de prueba⁴⁴.

De acuerdo con lo anterior, y en el caso particular es importante señalar que no se vulneró el derecho fundamental a la intimidad o de habeas data del menor, de conformidad con lo dispuesto por la Ley 1581 de 2012, lo anterior, ya que precisamente en aras de la protección del derecho prevalente y superior de los niños, niñas y adolescentes esta Superintendencia tuvo la oportunidad de corroborar que fue el señor [REDACTED], padre del menor que aparece en el video, quien a través de declaración extrajuicio realizada el día 5 de noviembre de 2021, manifestó que su hijo había adquirido a través de la plataforma de **RAPPI S.A.S.**, bebidas embriagantes y quien al mismo tiempo solicitó a la Corporación Colombiana de Padres y Madres – Red PaPaz su intervención para que "iniciara las acciones conducentes a la protección efectiva de sus derechos".

⁴⁰ Traslado realizado mediante la comunicación No. 19-302676 del 30 de diciembre de 2019, realizado por la Superintendencia de Sociedades.

⁴¹ Considerando décimo tercero de la Resolución No. 82505 de 24 de diciembre de 2020.

⁴² Radicado número 19-198723-26 de 8 de junio de 2021.

⁴³ Corte Suprema de Justicia, número de radicado 31127; Fecha: 20/05/2009; Tipo de providencia: Auto Interlocutorio. Clase de actuación: Casación.

⁴⁴ Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Penal, Sentencia del 2 de marzo de 2005, radicado 18.103.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

La mencionada declaración extrajudicial como todos los documentos relacionados con ésta, hacen parte de la presente actuación administrativa con radicado 19-198723, todo lo cual estuvo siempre a disposición de la impugnante.

Por su parte, respecto a la autorización para el tratamiento de datos del menor, el artículo 2.2.2.25.2.2., del Decreto 1074 de 2015 señala lo siguiente:

“Autorización. El Responsable del Tratamiento deberá adoptar procedimientos para solicitar, a más tardar en el momento de la recolección de sus datos, la autorización del Titular para el Tratamiento de los mismos e informarle los datos personales que serán recolectados así como todas las finalidades específicas del Tratamiento para las cuales se obtiene el consentimiento.”

En concordancia con lo anterior, el artículo 2.2.2.25.2.4., del precitado decreto dispone:

“Modo de obtener la autorización. Para efectos de dar cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 9 de la Ley 1581 de 2012, los Responsables del Tratamiento de datos personales establecerán mecanismos para obtener la autorización de los titulares o de quien se encuentre legitimado de conformidad con lo establecido en el artículo 2.2.2.25.4.1., del presente Decreto, que garanticen su consulta. Estos mecanismos podrán ser predeterminados a través de medios técnicos que faciliten al Titular su manifestación automatizada.

*Se entenderá que la autorización cumple con estos requisitos cuando se manifieste (i) por escrito, (ii) de forma oral o (iii) **mediante conductas inequívocas del titular que permitan concluir de forma razonable** que otorgó la autorización. En ningún caso el silencio podrá asimilarse a una conducta inequívoca.”* (Negrilla y subraya fuera de texto).

En consecuencia, en el presente caso, mediante conductas inequívocas, es decir, aquellas que no admiten duda o equivocación, se puede concluir de forma razonable que el padre del menor otorgó la autorización para el tratamiento de los datos personales del mismo, con el fin de que la mencionada Corporación interviniera en la defensa de sus derechos, misma quien consideró oportuno entregarlo a la Dirección de Protección y Servicios Especiales de la Policía Nacional.

Con posterioridad, fue esta Entidad la que en calidad de Autoridad tuvo acceso al video, misma que para el ejercicio de sus funciones no requiere de autorización para el tratamiento de datos, según lo señalado en el literal a) del artículo 10 de la Ley 1581 de 2012.

Por otra parte, es de advertir a la impugnante que en los actos administrativos que se han proferido por parte de esta Entidad a lo largo de la actuación administrativa los datos del menor han sido anonimizados, precisamente en aras de la protección de sus derechos personales.

Se puede concluir entonces, que esta Superintendencia no infringió las disposiciones de la Ley 1581 de 2012, y en consecuencia los argumentos de la defensa en relación con este asunto no pueden ser acogidos.

9.6.4. Las pruebas permiten concluir que una “Repartidora” de RAPPI S.A.S., entregó bebidas alcohólicas a un menor de edad.

La apelante señaló que las pruebas que obraban en el expediente, correspondientes al video, unas capturas de pantalla y la declaración juramentada del señor [REDACTED], no permitían concluir con suficiente certeza que efectivamente una “Repartidora” llamada [REDACTED] entregó una botella de licor a un menor de edad llamado [REDACTED].

Contrario a estas apreciaciones, este Despacho encuentra que del análisis en conjunto de todo el material probatorio, quedó suficientemente probado que la señora [REDACTED] Repartidora de RAPPI S.A.S., hizo entrega de bebidas alcohólicas a [REDACTED] menor de edad.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

En el régimen probatorio colombiano, rige el principio de libertad probatoria de conformidad con el artículo 165 del Código General del Proceso, según el cual:

“Artículo 165. Medios de prueba. Son medios de prueba la declaración de parte, la confesión, el juramento, el testimonio de terceros, el dictamen pericial, la inspección judicial, los documentos, los indicios, los informes y cualesquiera otros medios que sean útiles para la formación del convencimiento del juez. (...)”.

La Corte Suprema de Justicia⁴⁵ advirtió que la prueba procesal no estaba formada por un solo elemento, sino que generalmente se suelen utilizar diferentes medios probatorios, lo que justifica la facultad para hacer la apreciación conjunta de diferentes elementos probatorios. Así, la apreciación conjunta de la prueba consiste en la actividad intelectual que debe realizarse analizando y conjugando los diferentes elementos probatorios, para llegar al convencimiento que estructura la decisión. De conformidad con el principio de apreciación racional de la prueba, es deber de esta Autoridad evaluar en conjunto las pruebas para obtener de todos los elementos aducidos un resultado homogéneo para fundamentar una decisión final. Esta obligación, impide la desarticulación del acervo probatorio, con lo que la convicción se forma no por el examen aislado de cada probanza, sino por la estimación conjunta de todas las pruebas.

Lo señalado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 176 del Código General del Proceso, que establece que “Las pruebas deberán ser apreciadas en conjunto, de acuerdo con las reglas de la sana crítica (...)”

Con base en lo anterior, se tiene que la Dirección dejó suficientemente claro que las conclusiones a las que llegó respecto de la venta de bebidas embriagantes a menores de edad por parte de **RAPPI S.A.S.** se estructuró con los elementos de prueba válidamente allegados al expediente y que apreciados en su conjunto le permitieron hacerse a conclusiones debidamente sustentadas⁴⁶.

Se tiene entonces, que dichos medios de prueba corresponden a la visita de inspección administrativa a las páginas web de **RAPPI S.A.S.**, de conformidad con el consecutivo número 19-198723-6 de 13 de enero de 2020, las capturas de pantalla y las fotografías aportadas por la Corporación Colombiana de Padres y Madres – Red PaPaz y los hechos narrados por el padre del menor el señor [REDACTED] trasladados por la Dirección de Protección y Servicios Especiales de la Policía Nacional en el radicado número 19-302676-0 de 30 de diciembre de 2019.

En primer lugar, considera este Despacho importante hacer referencia a la siguiente captura de pantalla que corresponde a la imagen número doce (12)⁴⁷ allegada en el radicado 19-302676, así:



⁴⁵ Sentencia de junio 14 de 1982 del Magistrado Ponente Humberto Murcia Ballén.

⁴⁶ Considerando 27.1.7. Frente a la nulidad de la prueba sobre la venta de bebidas embriagantes a menores de edad de la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022.

⁴⁷ Descripción de la imagen: "TU RAPPI - [REDACTED] Entregó tu pedido en Motocicleta (...) RESUMEN DE PRODUCTOS (...) Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 750 MI 1 unidad (...) Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 350 MI 1 unidad (...) Tu pedido de Rappi fue entregado October 20, 2019 18:34 Rappi Hola [REDACTED] Gracias por tu pedido de Licores(...)"

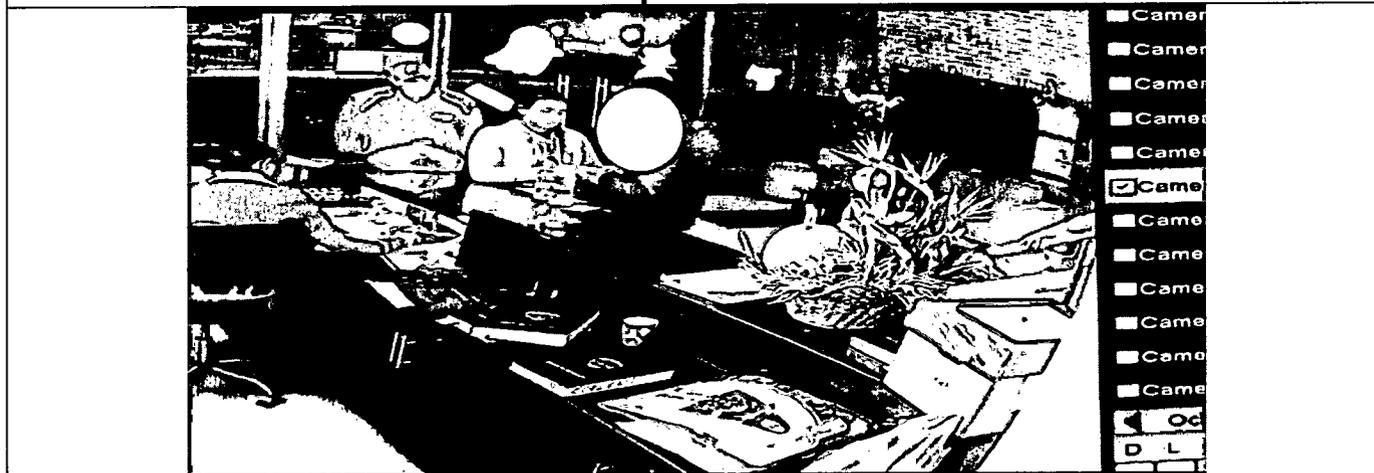
Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

De la imagen anterior, encuentra este Despacho que⁴⁸, **RAPPI S.A.S.**, registró la entrega por parte de "TU RAPPI [REDACTED]" a "[REDACTED]" al indicar "Hola [REDACTED] Gracias por tu pedido de Licores", de "Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 750 (...)" y "Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 350", el día 20 de octubre de 2019 a las 6:24 p.m.

En segundo lugar, este Despacho vincula dicha captura de pantalla a la declaración del señor [REDACTED]⁴⁹ quien manifestó que su hijo [REDACTED] menor de quince (15) años hizo un pedido a través del comercio electrónico de **RAPPI S.A.S.** y le fueron entregadas dichas bebidas embriagantes. A esto se suma que la sancionada guardó silencio frente a la declaración extrajudicial del señor [REDACTED], en la que de manera categórica señaló que el pasado 20 de octubre de 2019, su hijo menor de edad pidió a través de la plataforma Rappi bebidas alcohólicas, tampoco solicitó la ratificación de este documento declarativo proveniente de tercero.

En tercer lugar, esta Instancia reproduce a continuación la imagen número trece (13) del acto administrativo impugnado, en donde aparece la imagen de una mujer haciendo la entrega de dos botellas de bebidas alcohólicas en la portería de la residencia del menor de edad [REDACTED]:

Imagen número trece (13) de la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022, correspondiente a la captura de pantalla video aportado mediante el radicado número 19-302676-0 correspondiente al minuto 00:20.



En cuarto y último lugar, las siguientes fotografías allegadas con el radicado número 19-302676-0, y que corresponden a la imagen número catorce (14) del acto impugnado, coinciden con la entrega de "Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 750 (...)" y "Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 350", correspondiente a la captura de imagen reproducida previamente en la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022⁵⁰, con el sello de **RAPPI S.A.S.**:



⁴⁸ Ibidem.

⁴⁹ Obrante en el consecutivo 19-198723-44.

⁵⁰ Descripción de la imagen: Dos botellas: Una de "Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 750 (...)" y otra de "Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 350", con el sello color naranja de Rappi con un número 455999.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Según las pruebas anteriores, y su valoración en conjunto, este Despacho concluye que se entregaron dos botellas "Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 750 (...)" y "Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 350", por parte de la Repartidora [REDACTED], a un menor de edad.

Lo anterior, teniendo en cuenta que el 20 de octubre de 2019 el comercio electrónico de RAPPI S.A.S., arrojó una alerta según la cual "TU RAPPI [REDACTED] **Entregó tu pedido en Motocicleta**" y que en la misma fecha (mes de octubre de 2019), como se aprecia en el segundo 29 del listado de cámaras que se ve en el video en cuestión, se observa al menor de edad recibiendo dos botellas de licor con las mismas características de las de la imagen 14 antes incorporada en esta Resolución de parte de una mujer que sostiene en su mano izquierda un casco de motocicleta. Lo anterior, también valorado en conjunto con las manifestaciones del padre del menor hechas mediante la declaración extrajuicio.

A esto se suma que con independencia de la identificación o no de la "Rappitendera", la sancionada no desvirtuó que no tuvieron ningún vínculo con una "Rappitendera" llamada [REDACTED], tampoco acreditó que en dicha fecha y hora no se hubiera generado un pedido a la dirección registrada y en las cantidades que acreditan las pruebas documentales, si lo que pretendía era restarle valor probatorio al video.

Respecto del deber de custodia de los padres sobre los hijos, se le aclara al recurrente que su análisis de la Ley 1098 de 2006, está parcializado ya que el Código de la Infancia y la Adolescencia establece que su finalidad es garantizar a los niños, a las niñas y a los adolescentes su pleno y armonioso desarrollo para que crezcan en el seno de la familia y de la comunidad. Además, dispone que el interés superior del niño, niña y adolescente, corresponde al imperativo que obliga a todas las personas a garantizar la satisfacción integral y simultánea de todos sus Derechos Humanos, que son universales, prevalentes e interdependientes, obligación que también atañe a esta Superintendencia.

Es muy importante aclararle al contradictor, que según el artículo 10 de dicha Ley la *corresponsabilidad*, es la concurrencia de actores y acciones conducentes a garantizar el ejercicio de los derechos de los niños, las niñas y los adolescentes. Bajo tal postulado, la familia, la sociedad y el Estado son corresponsables en su atención, cuidado y protección. Igualmente, el artículo 15 del Código señala que es obligación de la familia, de la sociedad y del Estado, formar a los niños, las niñas y los adolescentes en el ejercicio responsable de los derechos.

En complemento de lo anterior, el numeral 3 del artículo 20 de la Ley 1098 de 2006, advierte que los niños, las niñas y los adolescentes serán protegidos contra el consumo de tabaco, sustancias psicoactivas, estupefacientes o alcohólicas.

Adicionalmente, el artículo 38 de la mencionada Ley dispone expresamente que serán obligaciones de la familia, la sociedad y el Estado en sus niveles nacional, departamental, distrital y municipal el conjunto de disposiciones que contempla el señalado Código de la Infancia y la Adolescencia. Por su parte, el artículo 40 establece taxativamente:

*"Artículo 40. **Obligaciones de la sociedad.** En cumplimiento de los principios de corresponsabilidad y solidaridad, las organizaciones de la sociedad civil, las asociaciones, las empresas, el comercio organizado, los gremios económicos y demás personas jurídicas, así como las personas naturales, **tienen la obligación y la responsabilidad de tomar parte activa en el logro de la vigencia efectiva de los derechos y garantías de los niños, las niñas y los adolescentes.** En este sentido, deberán:*

- 1. Conocer, respetar y promover estos derechos y su carácter prevalente.*
- 2. Responder con acciones que procuren la protección inmediata ante situaciones que amenacen o menoscaben estos derechos.*
- 3. Participar activamente en la formulación, gestión, evaluación, seguimiento y control de las políticas públicas relacionadas con la infancia y la adolescencia.*
- 4. Dar aviso o denunciar por cualquier medio, los delitos o las acciones que los vulneren o amenacen.*
- 5. Colaborar con las autoridades en la aplicación de las disposiciones de la presente ley.*

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

6. Las demás acciones que sean necesarias para asegurar el ejercicio de los derechos de los niños, las niñas y los adolescentes.” (Subraya y negrilla fuera de texto).

Por tanto, limitar la responsabilidad a los padres de familia, es una mirada sesgada, restringida y contraria a las disposiciones legales previamente invocadas. En línea con lo expuesto, **RAPPI**, en su calidad de proveedor a través de comercio electrónico tiene una obligación especial según lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, que señala que existe una protección de los niños, niñas y adolescentes en comercio electrónico, conforme el cual cuando la venta se haga utilizando herramientas de comercio electrónico, **el proveedor deberá tomar las medidas posibles para verificar la edad del consumidor.**

Así las cosas, y contrario a las apreciaciones de la apelante, se encuentran no probados los reparos alegados por ésta, teniendo en cuenta que existe certeza para esta Delegatura de que las bebidas alcohólicas fueron entregadas por la Rappitendera, independientemente de que hubieran sido solicitadas a través de su página web, aplicación para dispositivos móviles o vía *WhatsApp*, ya que según la novedad reportada por la sociedad según la captura de pantalla reproducida en la imagen número doce (12) del acto administrativo sancionatorio, la “*Repartidora*” [REDACTED] entregó el pedido a [REDACTED] consistente en “*Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 750 (...)*” y “*Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 350*”.

9.6.5. El video cumplió con los requisitos de la Ley 527 de 1999.

El video cumple con los requisitos de la Ley 527 de 1999, ya que al analizarlo en conjunto con el resto de las pruebas permite darle valor probatorio.

Contrario a las afirmaciones del apelante, la Dirección⁵¹ explicó que con el video analizado junto con las otras pruebas y que fueron analizadas previamente, se tenía certeza de su origen, fecha y hora de creación, y de las circunstancias que rodearon su producción, y que además era posible determinar que el video representaba la realidad de los hechos que se deducían o atribuían.

Por otro lado, **RAPPI S.A.S.** advirtió que en el presente caso no podía hacerse valer como prueba el mensaje de datos, al no garantizarse que la información vertida en él fuera accesible para posterior consulta; que el mensaje de datos se conservó en el formato en el cual se generó inicialmente, en aras de demostrar la reproducción con exactitud de la información; y que se conservó la información relativa al origen, destino, fecha y hora de envío, recepción y producción del mensaje de datos.

Respecto de lo señalado, este Despacho encuentra acertadas las apreciaciones de la Dirección hechas en el acto administrativo impugnado⁵², en cuanto a que, de conformidad con el artículo 243 del Código General del Proceso, a los mensajes de datos se le confirió el carácter de documento para su apreciación y eficacia probatoria. El citado artículo dispone:

*“Artículo 243. **Distintas clases de documentos. Son documentos** los escritos, impresos, planos, dibujos, cuadros, **mensajes de datos**, fotografías, cintas cinematográficas, discos, grabaciones magnetofónicas, **videograbaciones**, radiografías, talones, contraseñas, cupones, etiquetas, sellos y, en general, todo objeto mueble que tenga carácter representativo o declarativo, y las inscripciones en lápidas, monumentos, edificios o similares. (...)*

En el mismo sentido, el artículo 247 del Código General del Proceso estableció que:

*“Artículo 247. **Valoración de mensajes de datos. Serán valorados como mensajes de datos los documentos que hayan sido aportados en el mismo formato en que fueron generados, enviados, o recibidos, o en algún otro formato que lo reproduzca con***

⁵¹ Considerando 27.1.7. Frente a la nulidad de la prueba sobre la venta de bebidas embriagantes a menores de edad de la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022.

⁵² Ibidem.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

exactitud. La simple impresión en papel de un mensaje de datos será valorada de conformidad con las reglas generales de los documentos.

Así, el video es una clase de documento aportado en el mismo formato en que fue generado, una videograbación allegada por la Dirección de Protección y Servicios Especiales de la Policía.

Igualmente, el artículo 244 del Código General del Proceso señala que los documentos privados emanados de las partes o de terceros, en original o en copia, elaborados, firmados o manuscritos, y los que contengan la reproducción de la voz o de la imagen, **se presumen auténticos, mientras no hayan sido tachados de falsos o desconocidos,** según el caso, y que **los documentos en forma de mensaje de datos se presumen auténticos.** Dicho artículo advirtió que lo dispuesto en él, **se aplicaba en todos los procesos.**

Por consiguiente, sobre el video versa una presunción de autenticidad en cuanto a que no se ha probado que el mismo hubiera sido editado o modificado. Igualmente, el formato del video cumple con las exigencias normativas acerca de la autenticidad de los mensajes de datos, sumado a que la información está disponible para posterior consulta.

El artículo 6 de la Ley 527 de 1999, establece que ***“Escrito. Cuando cualquier norma requiera que la información conste por escrito, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos, si la información que éste contiene es accesible para su posterior consulta. (...)”***

Con base en lo anterior, el documento electrónico es una especie de los documentos, y por consiguiente, no se requiere asimilarlo a ningún otro medio probatorio. Es sencillamente un documento, que tiene un soporte material, con un contenido un “mensaje” “electrónico”, que puede ser además de texto, voz, datos, video, imágenes, entre otros, está escrito en un código determinado y puede ser atribuido (autenticidad) a una persona determinada⁵³.

Por su parte, el artículo 10 de la Ley 527 de 1999, señala:

“Admisibilidad y fuerza probatoria de los mensajes de datos. Los mensajes de datos serán admisibles como medios de prueba y su fuerza probatoria es la otorgada en las disposiciones del Capítulo VIII del Título XIII, Sección Tercera, Libro Segundo del Código de Procedimiento Civil”⁵⁴.

En toda actuación administrativa o judicial, no se negará eficacia, validez o fuerza obligatoria y probatoria a todo tipo de información en forma de un mensaje de datos, por el sólo hecho que se trata de un mensaje de datos o en razón de no haber sido presentado en su forma original.”

Así, el video es admisible como medio de prueba bajo los postulados del régimen de la prueba por documentos, ya que la Ley le prohíbe a esta Superintendencia negarle eficacia, validez y fuerza probatoria por el solo hecho de ser una videograbación. En ese sentido, al valorar el video de conformidad con las reglas de la sana crítica y según la apreciación en conjunto con las otras pruebas previamente analizadas, encuentra esta Delegatura que el mismo es confiable respecto de la forma en que se generó, archivó y comunicó el hecho atribuido a **RAPPI S.A.S.**, también es confiable la manera en que se ha conservado la integridad de la información y cualquier otro factor pertinente.

Según la doctrina⁵⁵, no resulta equilibrado colocar la carga de la prueba en cabeza de quien trasladó el documento, en este caso esta Entidad, la Dirección de Protección y Servicios Especiales de la Policía Nacional o la Corporación Colombiana de Padres y Madres – Red PaPaz cuando se trata de documento electrónico, en caso de impugnación. Por lo tanto, la carga de la prueba debería

⁵³ Jairo Parra Quijano. “El documento electrónico y su alcance probatorio”. Universidad Externado de Colombia. Departamento de Informática Jurídica y Dirección de Posgrados. Facultad de Derecho I Convención Internacional de Derecho Informático, Documentación y Documento Electrónico. Octubre 18, 19 y 20 de 2006.

⁵⁴ Se entiende que se hace referencia al Capítulo IX del Código General del Proceso.

⁵⁵ Cita 134.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

soportarla quien impugna, es decir **RAPPI S.A.S.** En otras palabras, si la sancionada contra quien se exhibió el video, niega su autenticidad, le correspondía a ella desvirtuar tal característica.

Así las cosas, aun cuando la Dirección sostuvo que la tacha de falsedad aplicaba únicamente cuando la prueba resultaba fundamental⁵⁶, y que en el presente caso existían otros medios de prueba; lo cierto es que si **RAPPI S.A.S.**, pretendía impugnar el video alegando la desviación de las directrices legales, lo ha debido hacer tachando de falso el documento (el video).

La tacha de falsedad⁵⁷, es la forma de impugnar la autenticidad o la veracidad del documento, cuando se trate de falsedad material entendida como aquella que supone la alteración del documento preexistente, agregando o suprimiendo expresiones, alterando su contenido inicial o vulnerando su genuidad.

Así las cosas, como **RAPPI S.A.S.** no allegó ninguna prueba que desvirtuara la autenticidad y veracidad del video como documento, el mismo se encuentra plenamente reconocido convirtiéndolo en auténtico y en plena prueba.

En este punto, este Despacho considera importante hacer referencia a una decisión de la Corte Suprema de Justicia⁵⁸ en donde señaló que "no resulta apropiado discutir, ni siquiera en sede casacional, que un medio de prueba es ilegal y reclamar la regla de exclusión, sobre la base de cuestionar su cadena de custodia, acreditación o autenticidad". En consecuencia, al admitir una prueba respecto de la cual se pueda decir se presentaron fallas en la "cadena de custodia", no torna la prueba en ilegal.

Hechas las consideraciones anteriores, este Despacho puede concluir que de las pruebas obrantes en el expediente no se configuró ninguna contradicción como equivocadamente lo aseguró el impugnante, ni se vulneró el derecho fundamental al debido proceso de **RAPPI S.A.S.**, ya que quedó suficientemente probado, al hacer el análisis probatorio en conjunto con todo el acervo probatorio según las reglas de la sana crítica, que la *Repartidora* [REDACTED] hizo la entrega de "Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 750 (...)" y "Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 350" al menor de edad [REDACTED] quien adquirió las bebidas alcohólicas a través del comercio electrónico de la sancionada.

Se aclara al recurrente que, contrario a su afirmación, el video no puede denominarse *prueba reina*, como erróneamente lo calificó. Esto, ya que se insiste, esta Superintendencia asumió su obligación de apreciar las pruebas en conjunto y de acuerdo con las reglas de la sana crítica⁵⁹.

Consecuentemente, han quedado desvirtuadas las contradicciones invocadas por el recurrente en la tabla número dos de su escrito impugnatorio, con lo que la única conclusión a la que se puede llegar es que la *Repartidora* [REDACTED] hizo la entrega de "Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 750 (...)" y "Vodka Smirnoff X1 Shorts Sabor a Lulo 350" al menor de edad [REDACTED] quien adquirió las bebidas alcohólicas a través del comercio electrónico de la sancionada.

Por último, en relación con el principio de presunción de inocencia, se debe indicar que es una garantía integrante del derecho fundamental al debido proceso reconocida en el artículo 29 de la Constitución, al tenor del cual "*toda persona se presume inocente mientras no se le haya declarado judicialmente culpable*".

Este precepto, aterrizándolo a las características, las competencias y el lenguaje del procedimiento administrativo sancionador indica:

⁵⁶ ARTÍCULO 269. Procedencia de la tacha de falsedad. (...) No se admitirá tacha de falsedad cuando el documento impugnado carezca de influencia en la decisión.

⁵⁷ José Fernando Ramírez. La Prueba Documental. Señal Editorial.

⁵⁸ Corte Suprema de Justicia, Sala Penal, Sentencia SP-15912020 (49323), Jun. 24/20.

⁵⁹ Artículo 176 del Código General del Proceso.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

“Se trata, como dicen los administrativistas, de una verdad interina o provisional que sólo adquiere rango definitivo cuando las pruebas recogidas no logren desvirtuarla, según declaración de la resolución.

Por eso cuando los elementos de convicción que ingresen válidamente al plenario vayan adquiriendo verosimilitud, la presunción de inocencia empieza a debilitarse hasta convertirse en una realidad procesal que desvanece la entidad de la presunción, debiendo reconocerlo así el acto administrativo. (...)”⁶⁰.

Así las cosas, la presunción con la cual inició el procedimiento administrativo sancionatorio fue desvirtuada a partir de las pruebas recopiladas, por lo que, declarar la responsabilidad basándose en la valoración de las mismas constituye la verificación del respeto al principio de la presunción de inocencia y consecuentemente del derecho al debido proceso.

Conclusión:

Se concluye entonces, que las pruebas obrantes en el expediente sobre la venta de bebidas embriagantes a menores de edad, son válidas y se desestiman entonces por improcedentes los reproches del contradictor en relación con este asunto.

9.7. Las inspecciones en páginas web.

9.7.1. Naturaleza de la visita de inspección a página web

Como consideración inicial es preciso señalar que las visitas de inspección a páginas web no necesariamente deben guardar en su forma la misma estructura de la inspección judicial establecida en el Código General del Proceso.

En efecto, las visitas de inspección tienen la naturaleza de ser diligencias probatorias con miras a verificar la posible comisión de infracciones a un régimen específico; es a través de esta que se recaudan las pruebas necesarias para definir el cumplimiento de las sus obligaciones legales, de allí que no comporten una formalidad o el ritualismo propio de un proceso judicial, simplemente deben propender por garantizar el objeto de contradicción en las oportunidades procesales, como en efecto se hizo.

Tampoco se puede argumentar la ausencia de procedimiento en las visitas de inspección, toda vez que al verificar el numeral 7.1. del Título I de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio, el cual contiene las reglas de las visitas de inspección, en estas se dispone la identificación del funcionario que adelanta la visita, la toma de declaraciones en la visita y requerimientos y el levantamiento de un acta.

Verificadas las actas de visita de inspección a página web que reposan en los consecutivos 6 y 10 de la actuación, de manera clara se identifica la persona a cargo de la visita de inspección, el objetivo de la visita, los enlaces de la página web visitadas y el soporte en medio magnético, con lo cual no se avizora vulneración alguna en ese sentido.

Por lo que, si bien **RAPPI S.A.S.**, argumentó que la inspección no cumplió con las disposiciones del Código General del Proceso, porque la Dirección contaba con otros medios de prueba conducentes para verificar los hechos reprochados, como las pruebas documentales, las pruebas por informe, las exhibiciones, entre otras, para este Despacho la visita de inspección era el mecanismo más idóneo, a diferencia de otras pruebas, para verificar la infracción de normas de protección al consumidor.

La Corte Constitucional⁶¹ ha señalado que *“las visitas administrativas de inspección son diligencias probatorias encaminadas a que las superintendencias ejerzan las facultades administrativas que*

⁶⁰ Ossa Arbeláez, Jaime. Derecho administrativo sancionador Una aproximación dogmática. Segunda edición Legis. Bogotá D.C. 2009. Pág. 250.

⁶¹ Sentencia C-165 de 2019.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

por ley les corresponden (...) para el debido cumplimiento de sus funciones de inspección, vigilancia y control. Por ello, la Corte Constitucional⁶², el Consejo de Estado⁶³, y Tribunales Superiores del Distrito⁶⁴ han señalado que la realización de visitas de inspección encuentra fundamento constitucional en el inciso 4º del artículo 15 de la Constitución⁶⁵.

Así, la inspección es el medio más eficaz para el conocimiento de los hechos que aparecen en su página web en ese momento, y de la actividad desplegada por el operador, de hecho, quedó consignada la hora legal, el ingreso a la página web, tomando información directamente de la página de Internet.

Además, según lo explicado, este procedimiento sancionatorio se rige bajo el principio de libertad probatoria y en ese sentido, esta Superintendencia se puede valer de todos los elementos de prueba que la lleven a concluir la infracción de las normas imputadas.

Al respecto, es pertinente señalar que de conformidad con el numeral 56 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, esta Superintendencia tiene la función de realizar visitas de inspección, decretar y practicar pruebas y recaudar toda la información conducente, con el fin de verificar el cumplimiento de las disposiciones legales. En el mismo sentido, el numeral 4 del artículo 59 de la Ley 1480 de 2011, señala que una de las facultades administrativas de esta Entidad es practicar visitas de inspección.

En ese sentido, el legislador le ha otorgado a esta Superintendencia funciones de inspección, vigilancia y control, las cuales se caracterizan por lo siguiente:

*"(i) la función de **inspección** se relaciona con la posibilidad de solicitar y/o verificar información o documentos en poder de las entidades sujetas a control, (ii) la **vigilancia** alude al seguimiento y evaluación de las actividades de la autoridad vigilada, y (iii) el **control en estricto sentido** se refiere a la posibilidad del ente que ejerce la función de ordenar correctivos, que pueden llevar hasta la revocatoria de la decisión del controlado y la imposición de sanciones⁶⁶". (Negrillas del texto original).*

En este punto, es pertinente hacer referencia a la alegación del contradictor según la cual, en la práctica de la inspección, resultaba indispensable que **RAPPI S.A.S.** hubiera comparecido o hecho parte de su práctica, con el fin de ejercer sus derechos de defensa y contradicción durante la práctica de la prueba.

Frente a lo que señaló, esta Delegatura le aclara al censor que la Corte Constitucional en la sentencia C-165 de 2019, advirtió que las visitas de inspección adelantadas por las Superintendencias no son diligencias o actuaciones cuya práctica requiriera autorización judicial previa o control de legalidad posterior, por lo cual, no vulnera el derecho al debido proceso que las visitas de inspección sean realizadas sin previa notificación a los investigados.

La Corte agregó, que los medios probatorios recaudados durante esas diligencias eran **objeto de contradicción en las oportunidades procesales ordinarias**, por lo que en el presente caso a **RAPPI S.A.S.** no se le afectó su derecho de defensa, ya que la Dirección en el pliego de cargos estableció, entre otras cuestiones, con precisión y claridad los hechos que lo originan y que tuvieron fundamento en las visitas de inspección y las disposiciones presuntamente vulneradas.

Esto considerando que en el artículo segundo del pliego de cargos, la Dirección le concedió a **RAPPI S.A.S.**, un término de quince (15) días para que presentara sus descargos, frente a lo cual la sancionada allegó escrito identificado con el radicado número 19-198723-26 de 8 de junio de 2021 planteando sus argumentos de defensa ejerciendo así su derecho fundamental al debido

⁶² Corte Constitucional, sentencia T-040 de 2018.

⁶³ Consejo de Estado Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Quinta, Sentencia Rad. 2012-00832 del 1 de marzo de 2018. M.P., Lucy Jeannete Bermúdez.

⁶⁴ Tribunal Superior de Bogotá, Sala Civil, Sentencia del 30 de abril de 2013, M.P., Ruth Elena Galvis Vergara.

⁶⁵ Para efectos tributarios judiciales y para los casos de inspección, vigilancia e intervención del Estado, podrá exigirse la presentación de libros de contabilidad y demás documentos privados, en los términos que señale la ley.

⁶⁶ Corte Constitucional. Sentencia C - 570 del 18 de julio de 2012.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

proceso particularmente en el acápite 1.1.4. *No cumplimiento de requisitos de legales para la incorporación de pruebas sobre inspecciones en página web.*

En complemento de lo anterior, la Corte⁶⁷ advirtió que **la práctica de visitas de inspección sin previo aviso perseguía una finalidad legítima**, en el sentido de **permitir recaudar las pruebas necesarias** para definir si las entidades investigadas estaban dando cumplimiento a sus obligaciones legales. Dicha **finalidad** se vería **obstaculizada** si no se garantizara el **“factor sorpresa”** pues **el aviso permitiría que el sujeto investigado ocultara información relevante**.

Consecuentemente, se insiste, para la Corte⁶⁸ no existe un deber constitucional ni legal en cabeza de esta Superintendencia de informar, previamente, la realización de las visitas de inspección, pues las mismas no son diligencias o actuaciones cuya práctica requiera autorización judicial previa o control de legalidad posterior.

Agregó, que su práctica sin previo aviso no vulnera el debido proceso administrativo, ya que los materiales probatorios recaudados durante las diligencias son objeto de contradicción en las oportunidades procesales ordinarias, por lo tanto, los sujetos investigados no ven afectado su derecho de defensa⁶⁹. En igual sentido, explicó que la práctica de visitas de inspección sin previo aviso perseguía una finalidad legítima consistente en fortalecer las facultades administrativas de la Superintendencia. Invocó lo señalado por el Consejo de Estado⁷⁰, en cuanto a que la finalidad de las visitas administrativas era la de recaudar las pruebas necesarias para determinar si las entidades investigadas cumplían con sus obligaciones legales.

Lo anterior, se complementa con lo dispuesto en el artículo 189 del Código General del Proceso, conforme el cual la prueba extraprocesal correspondiente a la práctica de inspección judicial sobre personas, lugares, cosas o documentos que hayan de ser materia de un proceso, podrán practicarse sin citación de la futura contraparte.

9.7.2. Las inspecciones a páginas web cumplieron con la Ley 527 de 1999.

La defensa argumentó, que las inspecciones a páginas web adelantadas por esta Entidad no cumplieron con la Ley 527 de 1999 porque en ninguna de las actas de las visitas de inspección se evidenciaron ni documentaron los procedimientos realizados para determinar la originalidad, inalterabilidad y el iniciador del mensaje de datos. Agregó, que en el recaudo, análisis y almacenamiento de los videos, no se demostró la cadena de custodia.

En relación con lo anterior, este Despacho encuentra conveniente reiterar lo ya explicado en el acápite anterior del presente acto administrativo en relación con la naturaleza de la visita de inspección y la valoración probatoria de los mensajes de datos. Se le recuerda al censor, que de conformidad con el artículo 243 del Código General del Proceso, a los mensajes de datos se les confirió el carácter de documento con su consecuente eficacia probatoria. Así, el artículo 244 del mismo Código dispuso que los documentos en forma de mensaje de datos se presumen auténticos.

Igualmente, tal y como se señaló previamente, las visitas de inspección administrativas adelantadas por esta Superintendencia en el presente caso cumplen con lo establecido en el artículo 6 de la Ley 527 de 1999⁷¹ ya que la información contenida en las mismas es accesible para su posterior consulta, teniendo en cuenta que el medio magnético obra en el expediente de conformidad con los radicados números 19-198723-10 del 27 de abril de 2020 y 19-198723-6 de 14 de enero de 2020.

⁶⁷ Sentencia C-165 de 2019

⁶⁸ *Ibidem*.

⁶⁹ Corte Constitucional, sentencia C-505 de 1999. En el mismo sentido, ver sentencia C-034 de 2014, el artículo 47 de la Ley 1437 de 2011 garantiza el ejercicio del derecho de defensa, ya que fija la oportunidad para establecer la posición jurídica frente a la actuación administrativa sancionatoria y controvertir las pruebas allegadas en su contra.

⁷⁰ Consejo de Estado Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Quinta, Sentencia Rad No. 2012-00832 del 1 de marzo de 2018. M.P., Lucy Jeannete Bermúdez.

⁷¹ Artículo 6°. Escrito. Cuando cualquier norma requiera que la información conste por escrito, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos, si la información que éste contiene es accesible para su posterior consulta.

Lo dispuesto en este artículo se aplicará tanto si el requisito establecido en cualquier norma constituye una obligación, como si las normas prevén consecuencias en el caso de que la información no conste por escrito.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Lo que se quiere significar entonces, es que los mensajes de datos son una especie de los documentos, y no se requiere asimilarlo a ningún otro medio probatorio. Es sencillamente un documento.

Por consiguiente, no era obligatorio que las visitas de inspección fueran adelantadas por el Grupo de Trabajo de Informática Forense y Seguridad Digital de esta Entidad. Tampoco, era necesario que la persona que adelantara la diligencia tuviera la calidad de funcionario público del nivel directivo o asesor, ya que para practicar la visita de inspección administrativa a las páginas web de la sancionada, era suficiente que el funcionario [REDACTED] estuviera vinculado a la Dirección en su calidad de profesional universitario con profesión graduado de ingeniería de sistemas, según la información que reposa en su hoja de vida disponible en Función Pública, acreditándose así su idoneidad y experiencia profesional para adelantar las citadas visitas.

Ahora bien, para que el señor [REDACTED] ejerciera sus funciones no era necesario un acto de delegación, como equivocadamente lo planteó la defensa, ya que precisamente para ello fue contratado por esta Entidad. En ningún momento, la Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor transfirió el ejercicio de sus funciones establecidas en el artículo 12 del Decreto 4886 de 2011⁷² al citado colaborador, de hecho, esta última fue quien formuló cargos y decidió la actuación.

En este sentido, y de conformidad con lo explicado en la sentencia C-034 de 2014 de la Corte Constitucional, **RAPPI S.A.S.** tuvo la oportunidad de realizar el control de las actuaciones de esta Autoridad al tener a su disposición los soportes de las visitas de inspección aportando pruebas y controvirtiéndolas. Por lo tanto, si el apoderado evidenció que las cuestionadas visitas carecían de originalidad, o fueron alteradas, o se afectó su cadena de custodia generando un impacto grave en el recaudo probatorio, así debió probarlo, ya que sobre ellas recae una presunción de autenticidad.

En consecuencia, como no obra ninguna prueba en el expediente que acredite que las visitas no son originales, fueron alteradas o se generó una inconsistencia en el recaudo, análisis y almacenamiento, las mismas son plena prueba.

Tanto es así que la apelante en el curso de la actuación de ninguna manera desconoció que las páginas web objeto de visita no pertenecían a **RAPPI S.A.S.**, o que la información que aparecía en estos enlaces no correspondía con lo anunciado en su página.

Conclusión:

Contrario a las manifestaciones del impugnante, la práctica de la inspección atendió los postulados fijados por la Corte Constitucional en la sentencia C-165 de 2019 y el Código General del Proceso, respetando el derecho de defensa, contradicción y debido proceso de **RAPPI S.A.S.**, haciendo la prueba plenamente válida según lo explicado.

9.8. Imputaciones fácticas.

En este acápite se abordará el estudio frente a cada una de las inconformidades relacionadas con las imputaciones fácticas, así:

9.8.1. Imputación fáctica número uno, por el incumplimiento del artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, por falta de calidad en la prestación del servicio.

9.8.1.1. Aplicación del artículo 6 de la Ley 1480 de 2011.

El censor alegó que la Dirección incurrió en una indebida formulación del cargo porque **RAPPI S.A.S.**, no era productora de los bienes, por lo que el artículo 6 de la Ley 1480 no le era aplicable.

⁷² ARTÍCULO 12. Funciones de la Dirección de Investigación de Protección al Consumidor.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Advirtió, que la norma establecía la obligación a cargo de los *productores*, por consiguiente, no era su responsabilidad. Aclaró que la sociedad tampoco era *proveedora*.

En relación con lo anterior, ya quedó expuesto por este Despacho en el numeral 9.4.1. que teniendo en cuenta su modelo de negocio tal y como ha tenido la oportunidad de explicarlo a esta Superintendencia y la manera como se comporta en el mercado **RAPPI S.A.S.**, es un proveedor, de cuya actividad principal se desprende la obligación del servicio de entrega.

Dado lo anterior nos remitimos a los análisis realizados en el numeral 9.4.1. del presente acto administrativo, no obstante, se aclara que el artículo 6 del Estatuto del Consumidor, es aplicable a **RAPPI S.A.S.** no en calidad de productora, sino como prestadora de servicio.

9.8.1.2. Identificación de los servicios cuya calidad se incumplió.

El contradictor afirmó que, excepto el servicio de "*RappiFavor*", la Dirección no identificó los servicios sobre los que se reputó una supuesta falla de calidad. Frente a lo señalado, este Despacho encuentra que las apreciaciones de la defensa no corresponden con la realidad y deberá estarse a lo señalado en los considerandos 9.5.2 y 9.5.3. de este acto administrativo, en los cuales se identificaron los servicios y la forma en cómo se probaron las deficiencias en el servicio.

Se recuerda, primero, hizo referencia al servicio "*RappiFavor*", advirtiendo que presuntamente se configuró el incumplimiento de la obligación de asegurar la calidad del mismo debido a cancelación del servicio por parte de **RAPPI S.A.S.**, la no devolución del dinero cuando el servicio no se prestó, fallas en el cobro e incidentes con los *Repartidores* por doble cobro (pago electrónico y pago en efectivo), por no entrega o entrega en mal estado del pedido, no aplicación de promociones ni de pagos con "*RappiCréditos*" y pérdida de los productos que se enviaban a través del "*RappiFavor*".

Segundo, hizo alusión a los pedidos realizados por los consumidores a través de la plataforma de la sancionada, y el presunto incumplimiento de los mismos como consecuencia de cancelaciones por parte de la sancionada de los pedidos hechos, la no entrega, la entrega incompleta o la entrega en mal estado, la entrega de un producto diferente al solicitado e inconvenientes con el cobro por la prestación del servicio.

Tercero, la Dirección tomó como supuesto fáctico para la imputación el funcionamiento de la plataforma y las alternativas implementadas para asegurar el cumplimiento de las características atribuidas a su servicio de comercialización y entrega, concretamente las posibles demoras en la entrega de los pedidos realizados a través de su comercio electrónico.

Cuarto, la Dirección consideró que en el servicio de comercialización y entrega de productos que **RAPPI S.A.S.** prestó a través de su comercio electrónico el día 10 de mayo de 2020 fecha en la que se celebró el *Día de la Madre*, se presentaron fallas tales como la entrega tardía, la no entrega, la entrega incompleta o la entrega de un producto diferente al solicitado, la cancelación por parte de la sancionada luego de haber debitado el valor del mismo y la imposibilidad de hacer pedidos.

Quinto, finalmente, la Dirección tuvo en cuenta el servicio de venta y entrega de bebidas alcohólicas por cuanto, dicho servicio al parecer no garantizaba que los menores de edad no tuvieran acceso a este tipo de productos.

Con base en lo anterior, esta Instancia encuentra que, contrario a lo afirmado por **RAPPI S.A.S.**, la Dirección en el pliego de cargos sí identificó los servicios sobre los cuales se reputaron las supuestas fallas de calidad, cumpliendo así la condición necesaria para adecuar la conducta típica a la norma imputada.

9.8.1.3. Definición de calidad del servicio

Según el impugnante, la Dirección propuso una definición de calidad contraria a la ley y a lo establecido previamente por esta Superintendencia.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Frente a lo señalado, se reitera lo manifestado en el considerando 9.5.2. en el que se explicó con suficiencia que el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011 establece el deber de asegurar la calidad, sin que pueda atribuirse que la Dirección dio una definición contraria a la ley, pues basta con observar que las imputaciones se ciñeron en estricto a formular los cargos en relación con las deficiencias en la calidad de su servicio.

En adición a lo anterior, contrariamente a lo manifestado por **RAPPI S.A.S.**, el concepto de calidad al que acudió esta Superintendencia para la formulación de los cargos es el definido por la ley, de allí que se considere que no solo su actividad de entrega le es inherente a todas las actividades que esta realiza así como también de la información que ésta le brinda a los consumidores se obliga a que dicha entrega se realice en el término anunciado a estos a través de su aplicación.

9.8.1.4. Incumplimiento en la calidad del servicio “RappiFavor”.

La defensa argumentó, que no presta el servicio de “RappiFavor”, sino que lo hacen los “Repartidores Independientes”, explicó que es un encargo en el cual el consumidor le solicita al “Repartidor” que ejecute un mandato a su favor.

Sobre el particular, reiteramos que tales argumentaciones tienden a explicar nuevamente el modelo de negocio planteado por **RAPPI S.A.S.**, del cual lo que se concluye es que se vale de los “Repertidores Independientes” sean estos independientes o no (lo cual es indiferente para este Despacho), para efectos de cumplir con el servicio de entrega al que tantas veces nos hemos referido.

En concordancia con lo anterior, nuevamente se señala que la falla en la calidad del servicio se demuestra a través de las múltiples falencias advertidas durante la actuación a cargo de **RAPPI S.A.S.**, respecto de la entrega.

9.8.1.5. Fallas en la calidad del servicio con ocasión de la celebración del “Día de la Madre”

En relación con este asunto, el impugnante señaló que las fallas se derivaron como consecuencia de un evento de fuerza mayor, ya que en el *Día de la Madre* la demanda de pedidos fue exorbitante generando fallas técnicas. Frente a la prueba del carácter exorbitante de la demanda de pedidos y de las fallas técnicas ocurridas, el recurrente explicó que allegó los comunicados enviados a los consumidores, informándoles sobre los inconvenientes presentados con el comercio electrónico de la sancionada y con la capacidad de sus *aliados comerciales*, junto con las capturas de pantalla que aparecieron ese día en la plataforma.

Respecto de lo anterior, este Despacho aclara que al invocar la fuerza mayor, no es suficiente identificar la causal, sino que debe sustentarse su existencia probando la exterioridad, imprevisibilidad e irresistibilidad del hecho alegado.

Frente a la imprevisibilidad⁷³ el Consejo de Estado ha explicado:

“(…) En lo referente a (ii) la imprevisibilidad, suele entenderse por tal aquella circunstancia respecto de la cual ‘no sea posible contemplar por anticipado su ocurrencia’, toda vez que ‘[P]rever, en el lenguaje usual, significa ver con anticipación’, entendimiento de acuerdo con el cual el agente causante del daño sólo podría invocar la configuración de la causa extraña cuando el hecho alegado no resulte imaginable antes de su ocurrencia (…).”

Ahora bien, en lo que respecta a la imprevisibilidad, para esta Instancia **RAPPI S.A.S.**, podía contemplar con un alto grado de certeza que, de un lado, dadas las circunstancias particulares de la pandemia ocasionada por el COVID-19 y las medidas de restricción de movilidad adoptadas por el Gobierno Nacional para evitar la propagación del contagio, que los efectos de esa situación iban a tener un impacto en la demanda de productos a través de la plataforma a su cargo. Lo anterior,

⁷³ Consejo de Estado. Sentencia del 26 de marzo de 2008.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

aunado a la fecha especial del día de la madre, circunstancias ambas que eran totalmente previsibles como profesional de la actividad que realiza.

Complementando lo anterior, la mencionada sociedad podía haber visto con anticipación que los eventos en cuestión le podrían generar fallas en su sistema dadas sus características tecnológicas las cuales conoce y que pudieron tener origen en el aumento de compras a través de su página web y/o aplicación para dispositivos móviles. En tal sentido, la sancionada sólo podía invocar la configuración de la causa extraña cuando el hecho alegado no resultaba imaginable antes de su ocurrencia, lo cual en el presente caso era razonable vaticinar dado el conocimiento y profesionalidad que se predica de la actividad que realiza en el mercado.

Respecto a la irresistibilidad, el Consejo de Estado explicó que⁷⁴:

“En cuanto tiene que ver con (i) la irresistibilidad como elemento de la causa extraña, la misma consiste en la imposibilidad del obligado a determinado comportamiento o actividad para desplegarlo o para llevarla a cabo; en otros términos, el daño debe resultar inevitable para que pueda sostenerse la ocurrencia de una causa extraña, teniendo en cuenta que lo irresistible o inevitable deben ser los efectos del fenómeno y no el fenómeno mismo (...).”

Así las cosas, el incremento repentino e intempestivo de las transacciones y sus respectivas fallas en el sistema no eran irresistibles ya que podía resistirse con actuaciones desplegadas por la sancionada. En otras palabras, no era imposible atender el incremento de las transacciones y prevenir sus posibles fallas si **RAPPI S.A.S.**, hubiera superado tal dificultad en su calidad de empresario experto en los asuntos por ella desarrollados. Esto, sumado a que en su escrito identificado con el radicado número 20-119287-1 del 21 de mayo de 2020 manifestó expresamente que al prever el incremento tomó medidas para no afectar la operación, pero que le resultaron insuficientes.

Por consiguiente, los eventos alegados por el contradictor a ser tenidos en cuenta no pueden constituirse en eventos de fuerza mayor, bajo el entendido que dicha sociedad en efecto no los probó.

Ahora bien, frente a los comunicados enviados a sus usuarios informándoles los inconvenientes presentados junto con las capturas de pantalla con los avisos en la plataforma, considera este Despacho que dichas imágenes no demuestran el carácter exorbitante de la demanda de pedidos en el “*Día de la Madre*” ni las fallas técnicas ocurridas, simplemente son avisos informativos en los que se comunicó “*¡Alta demanda! Estamos entregando todos los pedidos pendientes. En unas horas estaremos nuevamente a tu servicio para entregarte tus productos con amor. Discúlpalos por los inconvenientes ocasionados.*”⁷⁵, y “*¡Alta demanda! A las 6PM volveremos con restaurantes para ti.*”⁷⁶, y el comunicado del *country manager* de Colombia en donde se informó “*Queremos pedirte disculpas. Lamentamos mucho los inconvenientes, ya los hemos arreglado para seguir funcionando normalmente y seguir brindando el mejor servicio para ti. (...)*”⁷⁷

Por otra parte, de la tabla inserta en el acto administrativo sancionatorio se reprodujo una muestra de peticiones, quejas y reclamos frente a la calidad del servicio presentadas con ocasión del *Día de la Madre* allegadas por **RAPPI S.A.S.**, mediante el radicado número 20-119287-1, en donde es factible evidenciar que esa sociedad se comunicó con los consumidores, con posterioridad a lo sucedido, indicándoles, por ejemplo, “**Hola [REDACTED]! Queremos disculparnos por la mala experiencia que tuviste con tu pedido. Revisamos tu pedido y hemos cargado a tu cuenta \$39.600 en Rappicréditos correspondientes a lo que no te llegó. Nuevamente recibe unas**

⁷⁴ Consejo de Estado. Sentencia del 26 de marzo de 2008.

⁷⁵ Imagen número quince (15) de la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022 correspondiente al aviso a los consumidores alegado por la sancionada mediante radicado número 20-119287-1.

⁷⁶ Imagen número dieciséis (16) de la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022 correspondiente a la información dispuesta en la aplicación para dispositivos móviles de **RAPPI** allegado por la sancionada mediante radicado número 20-119287-1.

⁷⁷ Imagen número diecisiete (17) del acto administrativo sancionatorio, correspondiente al *Comunicado del country manager de Colombia* allegado por la sancionada mediante radicado número 20-119287-1.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

sinceras disculpas. Si tienes Rappi, lo tienes todo!", y así con otros múltiples usuarios lo que en conclusión demuestra el incumplimiento de la obligación de asegurar la calidad.

En esa misma vía y pese a que **RAPPI S.A.S.**, allegó con el escrito del recurso de apelación una certificación con el volumen de pedidos, con el fin de acreditar el incremento incalculable con el número de solicitudes del 9 y 10 de mayo de 2020, lo cierto es que con esta prueba lo que se demuestra es el incremento en la demanda pero no las medidas previsibles de adecuación de sus tecnología para que esta no fallara en las fechas en las que era claro también de manera previsible, que iba a tener mayor solicitud de sus servicios.

9.8.1.6. Fallas en la calidad del servicio en relación con el acceso a productos nocivos por parte de menores de edad.

En relación con este asunto, el impugnante alegó que el cargo no le era imputable a **RAPPI S.A.S.** al no prestar el servicio de comercialización de bebidas alcohólicas, ni realizar la entrega a los consumidores.

Frente a lo indicado, este Despacho encuentra que la infracción del artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, por no asegurar la calidad en la prestación del servicio al no garantizar que los menores de edad no tuvieran acceso a productos nocivos para la salud, concretamente a bebidas alcohólicas, sí era imputable a **RAPPI S.A.S.**, en su calidad de proveedor como se explicó con nitidez en la consideración 9.4. Por consiguiente, **RAPPI S.A.S.**, tiene a su cargo la efectiva entrega de lo que se adquiere a través de su plataforma.

Por otra parte, frente a la afirmación del contradictor según la cual las medidas adoptadas por la sancionada para evitar la comercialización de bebidas alcohólicas fueron suficientes, esta Instancia rechaza tales apreciaciones, por el contrario coincide con las consideraciones de la Dirección en el acto sancionatorio⁷⁸ conforme las cuales ocurrió todo lo contrario, es decir que las medidas dispuestas por **RAPPI S.A.S.** no garantizaron que los menores no tuvieran acceso a bebidas alcohólicas.

Efectivamente, de la visita de inspección administrativa realizada al sitio web <https://www.rappi.com.co/>, y que obra en el expediente bajo el radicado el número 19-198723-6 del 13 de enero de 2020, la sancionada se limitó a hacer la pregunta "*¿Eres mayor de edad? SI NO*" y luego de seleccionar la opción "*no*" la bebida alcohólica no se dejaba agregar al carrito de compras, pero al dar clic sobre la opción "*si*", la mencionada bebida se podía agregar al carrito de compras, sin validar la veracidad de la manifestación del comprador de ser mayor de edad.

Por consiguiente, el hecho de que **RAPPI S.A.S.**, con su escrito impugnatorio allegara un anexo con el que pretendió acreditar que implementó medidas suficientes para evitar la comercialización de bebidas alcohólicas a menores de edad, ya que como parte de estas incluyó: i) suministrar el número de documento de identidad; y (ii) informar sobre la fecha de nacimiento, al momento en que el usuario desea agregar una bebida alcohólica al "*carrito de compras*", estas medidas acogidas con posterioridad no exoneran de responsabilidad a la sancionada teniendo en cuenta que la infracción en efecto se materializó. Ello solo demuestra por el contrario que las medidas no eran suficientes.

Se hace énfasis además, en que la ausencia principal de medidas suficientes se advierte en la no verificación al momento de la entrega de la edad del menor para efectos de poder realizarla.

Frente al deber de custodia de los niños, niñas y adolescentes, esta Instancia le recuerda al impugnante que esta Entidad no pretende que **RAPPI S.A.S.**, supla tal deber en cabeza de los padres de familia sino que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 10 de la Ley 1098 de 2006 los actores de la sociedad y el Estado concurren de manera corresponsable a garantizar el ejercicio de los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Esto, en concordancia con lo explicado en el

⁷⁸ Considerando 27.3.2.5. *Sobre las fallas en la calidad del servicio en relación con el acceso a productos nocivos por parte de menores de edad de la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022*

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

acápites de *Legalidad de la prueba sobre la venta de bebidas embriagantes a menores de edad*, de este acto.

Hechas las consideraciones anteriores, esta Instancia confirmará la decisión de la Dirección según la cual **RAPPI S.A.S.**, incurrió en deficiencia en la calidad en la prestación del servicio, pues no adoptó medidas suficientes para evitar la comercialización de bebidas alcohólicas a menores de edad.

Conclusión

Este Despacho desestimaré por improcedentes los reparos de la defensa en relación con el régimen de responsabilidad, la carga de la prueba, el estudio de las peticiones, quejas y reclamos, y en consecuencia, confirma que **RAPPI S.A.S.**, infringió el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, en los términos en los que se encontró debidamente probada la conducta imputada.

9.8.2. Imputación fáctica número dos, por el incumplimiento de los artículos 23, 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011 en concordancia con lo establecido en el numeral 2.1.2.4 de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Respecto de esta imputación, el censor afirmó que la Dirección no probó que la sancionada actuaba como *anunciante*, y agregó que en todo caso **RAPPI S.A.S.** no tenía la obligación de informar sobre los efectos nocivos de las bebidas alcohólicas exhibidas en su página web y en su aplicación para dispositivos móviles porque no era proveedor.

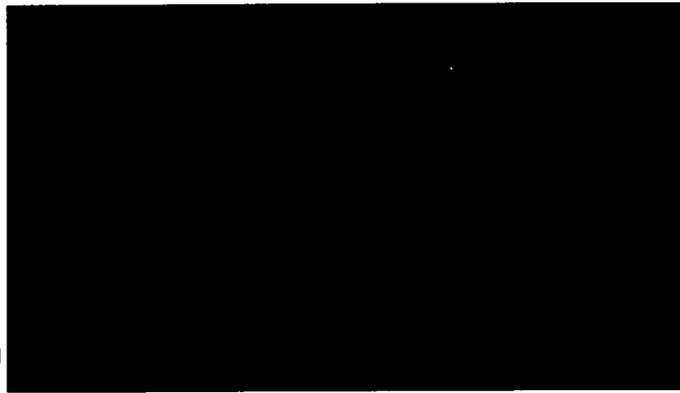
Frente a lo señalado, este Despacho encuentra que de una revisión cuidadosa del acto administrativo sancionatorio⁷⁹ la Dirección analizó las siguientes piezas publicitarias:



⁷⁹ Considerando 27.4.2. *Análisis probatorio del caso concreto* de la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022

⁸⁰ Descripción de la imagen "DRINK FRIDAY (...) -HASTA- 20% DTO Pide Aplican términos y Condiciones en <http://promos.rappi.com/colombia/descuento-general-en-licores>. (...)"

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.



De las anteriores imágenes este Despacho puede concluir que las mismas tenían como propósito provocar en los destinatarios de las mismas una decisión de adquirir bebidas alcohólicas a través de la página web y la aplicación de dispositivos móviles de **RAPPI S.A.S.**, y no de ninguno de sus “*aliados comerciales*” en particular, ya que no se mencionaba a ninguno de ellos en el ambiente virtual, y es la propia sancionada quien ofrece de manera temporal dichos bienes en condiciones especiales favorables como incentivo para el consumidor⁸³ al señalar, por ejemplo, que en la actividad *DRINK FRIDAY* aplicaría hasta un veinte por ciento (20%) de descuento y por la compra de un *six-pack* de cerveza marca *Poker* aplicaría un diez por ciento (10%) de descuento.

Frente a la condición de anunciante de la sancionada, es importante recordar, que **RAPPI S.A.S.**, reconoció que elabora las piezas publicitarias de sus productos, con el propósito de que los consumidores tomen decisiones de consumo para la compra de productos ofrecidos en su página web o aplicación para dispositivos móviles, obteniendo así ganancias.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta Instancia puede concluir que la Dirección logró probar de manera suficiente que **RAPPI S.A.S.** actúa como anunciante, y en consecuencia, le corresponde cumplir todas las obligaciones que por tener tal la calidad le asignó la Ley 1480 de 2011, y sus demás normas concordantes, entre ellas informar sobre los efectos nocivos de las bebidas alcohólicas que comercializa.

En complemento de lo anterior, esta Instancia agrega que aun cuando no se encuentra definido el término de “*anunciante*” en el Estatuto del Consumidor, no obstante, endilgarle responsabilidad en los términos del artículo 30 de la Ley 1480 de 2011, el Código de Publicidad y de Comunicaciones de Mercadeo de la Cámara de Comercio Internacional, indica que anunciante es la persona⁸⁴ que, entre otras cuestiones, **divulga publicidad comercial con el propósito de promover bienes y/o servicios o influir en el comportamiento del consumidor**⁸⁵.

⁸¹ Descripción de la imagen: “De: Poker Para: Prender la fiesta con amigos. POKER Rappi Pide tu six-pack de Poker con un 10% de dto. El exceso de alcohol es perjudicial para la salud. Prohibase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad (...)”

⁸² Descripción de la imagen: “rappicolombia ¿Prefieres quedarte en casa? (...) LICORES A DOMICILIO (...) rappi.com- Correspondientes a extractos de la visita de inspección administrativa a la red social *Instagram*, minutos 7:52, 7:54 y 7:55 obrante en el expediente bajo el radicado número 19-198723-10.

⁸³ Definición de promociones y ofertas establecida en el numeral 10 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011.

⁸⁴ Natural o jurídica.

⁸⁵ Cámara de Comercio Internacional. (2018). Código de Publicidad y de Comunicaciones de Mercadeo de la ICC. Recuperado el 30 de 07 de 2020, de <https://cms.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2018/10/icc-advertising-and-marketing-communications-code-spa.pdf> Crf. Capítulo I. Disposiciones generales y definiciones en materia de publicidad comercial y mercadeo.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

En este punto, es necesario indicar que en relación con el contenido de la publicidad, el anunciante es **quien decide incluir la información del bien en la pieza publicitaria**, razón por la cual debe asegurarse que la misma se suministre en cumplimiento de las características que ella debe tener conforme con la ley y que la información brindada no induzca a error y/o engaño al consumidor sobre la condiciones y características del bien que ofrece, por lo que es en ese momento, cuando se emite la publicidad que se analiza la conducta.

Igualmente, esta Superintendencia señaló previamente que **“anunciante, es quien hace saber o avisa las condiciones objetivas y específicas de una determinada publicidad. (...)”⁸⁶**.

Por lo tanto, este Despacho ratifica que **RAPPI S.A.S.** tiene la condición de anunciante al haber divulgado un mensaje comercial para promover bebidas alcohólicas e influir en el comportamiento de sus destinatarios de conformidad con las piezas de comunicación reproducidas. Además, fue ella quien decidió divulgar un mensaje para promover que las relaciones de consumo se concretaran utilizando su página web y aplicación para dispositivos móviles, influyendo así en el comportamiento de los destinatarios del mensaje.

Con base en lo anterior, el hecho de que **RAPPI S.A.S.** hubiera empleado en sus piezas publicitarias sus colores característicos, su logo y su nombre *RAPPI* llevan a inferir lógicamente que era la anunciante de esas piezas de comunicación. En otras palabras, sin perjuicio de que la sancionada no produzca las bebidas alcohólicas, sí las comercializa y para tal efecto promueve a través de esas piezas publicitarias el uso de su comercio electrónico. Igualmente, las piezas reproducidas no hacen referencia a un *aliado comercial* en particular, sino simplemente a *RAPPI*.

En consecuencia, no puede hablarse de que **RAPPI S.A.S.** sea un *“medio de comunicación”* como equivocadamente lo aseguró el impugnante, sino que es *“anunciante”* y por lo tanto, debe cumplir con sus obligaciones legales frente a los consumidores sin que deba demostrarse la culpa grave ya que basta probarse la infracción de la norma para encontrar configurada la responsabilidad.

Así las cosas, la sancionada tenía la obligación de advertir los efectos nocivos de las bebidas alcohólicas en su calidad de anunciante, reiterando que no es un portal de contacto, y no puede atribuir ese deber a sus *aliados comerciales* pues es ella misma quien emite piezas publicitarias para que los destinatarios de las mismas adquieran dichos bienes a través de su página web y aplicación para dispositivos móviles.

Conclusión

Las manifestaciones alegadas por el recurrente, según las cuales sus *“aliados comerciales”* debían incluir dichas advertencias no pueden ser acogidas por esta Delegatura para declarar que la imputación fáctica número dos carecía de objeto, teniendo en cuenta que, como se explicó, no fueron dichos *“aliados comerciales”* los que emitieron las piezas de comunicación sino la propia sancionada.

9.8.3. Imputación fáctica número tres, por el incumplimiento a los literales c) y d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el artículo 23 de la misma norma.

En relación con este asunto, la apelante señaló que no era cierto que el tiempo estimado se informara solo después de la orden, y que en todo caso, si así fuera, tal información no vulneraría la Ley 1480 de 2011.

De la revisión de la imputación fáctica número dos, encuentra este Despacho que la Dirección estructuró el cargo con base en cuatro hechos diferentes pero todos reprochables. Primero, en informar un tiempo de entrega estimado y no exacto o real, que podía variar luego de que el consumidor realizó un pedido a través del comercio electrónico de **RAPPI S.A.S.**, segundo, haber informado a los consumidores el día 10 de mayo de 2020, de manera previa a la toma de la decisión

⁸⁶ Superintendencia de Industria y Comercio. Delegatura para la Protección al Consumidor. Resolución No. 4127 de febrero de 2019 *“por la cual se resuelve un recurso de apelación”*.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

de compra, un tiempo de entrega que incrementó constantemente luego de realizar el pedido; tercero, no tener publicados los términos, condiciones y restricciones de uso del servicio *RappiFavor* en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación para dispositivos móviles; y cuarto, no tener publicados los términos, condiciones y restricciones de la comercialización de bebidas alcohólicas, en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación para dispositivos móviles⁸⁷.

9.8.3.1. Primer hecho.

Del primer hecho vale la pena aclarar que el reproche se centró en que los tiempos de entrega eran estimados y no exactos, con lo que la información suministrada a los consumidores no daba cuenta de tal situación, haciendo que los usuarios acudieran a los canales de atención al cliente de la sancionada al superar el tiempo señalado en el comercio electrónico.

La prueba con base en la cual se encontró configurada la infracción del literal c) del artículo 50 y principalmente del artículo 23 de la Ley 1480 de 2011, fue la información suministrada por la defensa respecto de los tiempos de entrega mediante el radicado número 20-66537-5 según la cual **RAPPI S.A.S.**, suministraba a los usuarios un tiempo de entrega estimado que no debía tomarse como un tiempo exacto de entrega que dependía de ciertas variables. Otra prueba, fue el anexo número uno (1) allegado con ese mismo radicado y cuya imagen fue reproducida por la Dirección en la imagen número treinta y seis (36) del acto impugnado y donde se puede ver:



Por consiguiente, este Despacho encuentra que de conformidad con el material probatorio obrante en el expediente **RAPPI S.A.S.**, informaba a los consumidores un tiempo de entrega en específico. Así, de la anterior imagen, por ejemplo, informó que el tiempo de entrega para los pedidos al restaurante Primitivo era de cuarenta y tres (43) minutos, al restaurante La Lucha Sanguchería de treinta y cuatro (34), pero no informó que el tiempo era estimado como lo manifestó en su escrito identificado con el radicado número 20-66537-5.

Además, se tuvo como prueba la muestra de peticiones, quejas y reclamos entre las cuales al verificar en el radicado 20-66537, dentro de la tabla de contenido en Excel que la aplicación informaba un tiempo de entrega que no resulta veraz, por el contrario, correspondía a un tiempo ampliamente superado tal y como pasa a verse en el detalle de la solicitud destacado en negrilla.

⁸⁷ Considerando 14.3. Imputación fáctica No. 3: Presunto incumplimiento a los literales c) y d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el artículo 23 de la misma norma, del pliego de cargos Resolución 82505 de 24 de diciembre de 2020.

12996 =
RESOLUCIÓN NÚMERO DE 2023

HOJA N. 47

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

CELDA EXCEL	FECHA DE PRESENTACIÓN	MOTIVO DE LA QUEJA	DETALLE DE LA SOLICITUD	TRÁMITE	FECHA DE RESPUESTA
D11	01-03-20	Demora de entrega	AID: 5d5f2bf67d635200139ab4bb OID: 76058830 Productos relacionados en esta orden Product ID: 2090985388 Product Name: Yucas con Suero Costeo Product Price: 5300 Quantity: 1 Product ID: 2090707023 Product Name: Combo Dúo Chicharrón (2 Hamburguesas + 2 Papas + 2 Bebidas) Product Price: 89800 Quantity: 2 Comentario de usuario: Buenos das Para informar que el pedido que hice lo espere más de 2 horas para que por favor haga un plan de mejora en la entrega o que al menos le informe a uno que se demora todo ese tiempo me toco escribir que pasaba con el pedido porque si no el tiempo de espera hubiera sido más Gracias..	Incidencia gestionada con Usuario	03-03-20
D16	01-03-20	Demora de entrega	AID: 5d5f2bf67d635200139ab4bb OID: 76111456 Productos relacionados en esta orden Product ID: 2091460463 Product Name: 2x1 Cheese Burgers + papas Product Price: 24000 Quantity: 1 Comentario de usuario: Buenas tardes. Realicé un pedido a MarsBurgers Provenza a las 12:30 y me programaron la entrega para la 1:06. Son las 2:00 p.m. Y nada que ha llegado mi pedido. Por favor, tomen las medidas pertinentes para que los usuarios no sigamos llevándonos malas experiencias en nuestra utilización de su servicio. Agradezco su atención y quedo atenta a su respuesta.	Incidencia gestionada con Usuario	04-03-20
D26	01-03-20	Demora de entrega	AID: 5d5f2bf67d635200139ab4bb OID: 76126951 Productos relacionados en esta orden Product ID: 2090727378 Product Name: Pollo Frisby Apanado Arepas Product Price: 36500 Quantity: 1 Comentario de usuario: Buenas tardes de nuevo me comunico con ustedes porque el servicio es una vergüenza si la aplicación dice q se demora 50 min, son 50 min q espero pero si es hora y media no! Adicionalmente, la comida llegó en mal estado y fra! Yo estoy pagando por un buen servicio y requiero q me vuelvan mi plata ya es la segunda vas en menos de 15 das q me pasa y no quiero me salgan con regalos pendejos como la vez pasada	Incidencia gestionada con Usuario	04-03-20
D56	01-03-20	Demora de entrega	AID: 5d5f2bf67d635200139ab4bb OID: 76168573 Relate products in this order Product ID: 2090980128 Product Name: Arma tu Pasta (8 Ingredientes) + Coca Cola Gratis! Product Price: 24400 Quantity: 1 Product ID: 2090980128 Product Name: Arma tu Pasta (8 Ingredientes) + Coca Cola Gratis! Product Price: 24400 Quantity: 1 User comment: Hola buenas tardes. El pedido tuvo dos problemas, el primero, se demoró mucho ms de lo que habían prometido en un principio, tenís que llegar a las 5:07 y llegó casi a las 6. Y en el plato de fetuccini con mariscos y palmitos de cangrejo, me agregaron pollo en vez de palmitos	Incidencia gestionada con Usuario	04-03-20
D115	03-03-20	Demora de entrega	Productos relacionados en esta orden Product Name: Alii Product Price: 26000 Quantity: 1 Product Name: Luau Product Price: 27000 Quantity: 1 Product Name: Luau Product Price: 27000 Quantity: 1 Comentario de usuario: El pedido se demoró el doble del tiempo que estipulaba la plataforma. Cuando me puse en contacto con el rappi vía chat no respondí mis mensajes.	Incidencia gestionada con Usuario	05-03-20

Con base en la imagen señalada, es factible advertir que la afirmación del censor en cuanto a que antes de ordenar un bien exhibido los consumidores sabían el rango de tiempo en que el mismo sería entregado, no se ajusta a la realidad ya que de la propia información allegada por RAPPI S.A.S, se informaron tiempos exactos y determinados.

De lo anterior se evidencia que la información suministrada antes de realizar el pedido por RAPPI S.A.S., no fue clara, ni veraz, ni suficiente, ni oportuna.

La información no fue clara⁸⁸, porque no fue posible tener una comprensión libre de obstáculos, sobre que los tiempos eran estimados y podían aumentar constantemente.

La información no fue veraz⁸⁹, porque la forma en que se indicaron los plazos de entrega, se dio a entender que el tiempo era exacto, cuando en realidad podía variar.

La información no fue suficiente⁹⁰, ya que no se incluyeron todas las características relevantes que incidían en la decisión de consumo sobre los tiempos de entrega.

La información no fue oportuna, teniendo en cuenta que el plazo real de entrega ha debido informarse antes de tomar la decisión de consumo.

⁸⁸ "Inteligible, fácil de comprender" o "Evidente, cierto, manifiesto" según definición de la Real Academia Española.

⁸⁹ "que dice, usa o profesa siempre la verdad"; a su vez, el término "verdad" significa "conformidad de las cosas con el concepto", según definición de la Real Academia Española

⁹⁰ "Bastante para lo que se necesita.-Apto o idóneo." A su turno "bastante" quiere decir "Ni mucho ni poco, ni más ni menos de lo regular, ordinario o preciso; sin sobra ni falta." según definición de la Real Academia Española

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

En relación con el argumento de que el consumidor puede cancelar el pedido luego de hacer la compra, este Despacho coincide con la Dirección en cuanto a que el consumidor no debe asumir la carga de perder tiempo haciendo el pedido para luego cancelarlo al ver que el tiempo de entrega es "estimado" a pesar de que antes de tomar la decisión de compra se le informó uno como exacto.

En consecuencia, los argumentos de la defensa en cuanto a que **RAPPI S.A.S.** implementó medidas para dar claridad respecto de los tiempos de entrega, no es un argumento que deje sin efecto la decisión de la Dirección, ya que la infracción se encontró plenamente probada.

9.8.3.2. Segundo hecho.

Por otro lado, en relación con el segundo hecho que configuró la imputación fáctica número dos, esto es, haber informado a los consumidores el día 10 de mayo de 2020, de manera previa a la toma de la decisión de compra, un tiempo de entrega que incrementó constantemente luego de realizar el pedido, el censor señaló que quedó probado que existieron fallas tecnológicas que le impidieron a **RAPPI S.A.S.**, actualizar adecuadamente los tiempos de entrega, como consecuencia de una circunstancia de fuerza mayor.

Frente a lo alegado, esta Instancia reitera lo explicado en el acápite a). *Imputación fáctica número uno, por el incumplimiento del artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, por falta de calidad en la prestación del servicio (...). Fallas en la calidad del servicio con ocasión de la celebración del Día de la Madre*, en cuanto a que no quedó probado en el expediente la existencia de las fallas tecnológicas alegadas por la sancionada y que las mismas tampoco pueden ser catalogadas como hechos constitutivos de un evento de fuerza mayor porque no fueron imprevisibles ni irresistibles, más en un profesional del mercado en esta materia como lo es **RAPPI S.A.S.**

9.8.3.3. Tercer y cuarto hecho.

Finalmente, en relación con los hechos tercero y cuarto que estructuraron la imputación fáctica número tres por no tener publicados los términos, condiciones y restricciones de uso del servicio "RappiFavor" en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación para dispositivos móviles, y por no tener publicados los términos, condiciones y restricciones de la comercialización de bebidas alcohólicas, en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación para dispositivos móviles, **RAPPI S.A.S.** en el escrito impugnatorio afirmó que con el mismo allegó un Anexo 5 en el que se evidenciaba que los *Términos y Condiciones* sobre la venta de bebidas alcohólicas y el servicio de "RappiFavor" estaban publicados tanto en la página web como la aplicación para dispositivos móviles.

Al revisar las pruebas allegadas por el apoderado, este Despacho encuentra que allegó un video con la "simulación creación de orden "RappiFavor V.29.03.2022", en donde se puede apreciar que en la aplicación para dispositivos móviles se hace la simulación de la orden del "RappiFavor" y en el minuto 1:33 se despliegan los *TÉRMINOS & CONDICIONES (ESPECÍFICOS) BOTONES / SECCIONES RAPPI (...)* RAPPIFAVOR.

Sin embargo, de los anexos en el siguiente enlace <https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1p3c7JjAMYGTiUhBMkOHipcv75rdcwK8F>, no se evidenció la publicación de los términos, condiciones y restricciones de uso del servicio RappiFavor en su página web <http://www.rappi.com.co/>, ni la publicación de los términos, condiciones y restricciones de la comercialización de bebidas alcohólicas, en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación para dispositivos móviles, con lo que se confirmará la decisión de la Dirección de encontrar infringido lo dispuesto en el literal c) del artículo 50 y principalmente en el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011⁹¹. Además se insiste, adecuar la conducta

⁹¹ Considerandos 27.5.2.3. Frente a la omisión en la publicación de la totalidad de los términos, condiciones y restricciones de uso del servicio RAPPIFAVOR en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación móvil RAPPI y 27.5.2.4. Frente a la omisión en la publicación de los términos, condiciones y restricciones de la comercialización de bebidas alcohólicas en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación móvil RAPPI, de la Resolución No. Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

a la norma no es causal de exoneración de responsabilidad, porque la legalidad no es potestativo y no puede ser premiado.

9.8.4. Imputación fáctica número cuatro, por la infracción a lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, por la desprotección de RAPPI S.A.S. en su página web y aplicación para dispositivos móviles a los niños, niñas y adolescentes.

Respecto de esta imputación, el impugnante argumentó que **RAPPI S.A.S.** no actuaba como proveedor de bebidas alcohólicas, en relación con lo anterior dado el modelo de negocio de **RAPPI S.A.S.**, y los medios electrónicos de los que se vale para desarrollar la actividad que despliega en el mercado es claro que se comporta como un proveedor y en los términos de lo señalado en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011 estamos en la presencia de la utilización por éste de herramientas de comercio electrónico, razón por la cual en calidad de proveedor le atañe la obligación de adoptar las medidas posibles para verificar la edad del consumidor, respecto del cual cuando es menor de edad además debe dejar constancia expresa de la autorización de los padres para realizar la transacción, ninguno de los aspectos anteriores fueron probados dentro de lo actuación por lo que se concluye una vulneración al artículo 52 del Estatuto del Consumidor que le fue imputado.

Sobre este punto, la apelante debe cumplir con su papel fundamental en el mercado, es un participante activo y profesional, sus medidas deben estar destinadas a brindar la adecuada protección de los niños, niñas y adolescentes, propender porque en el comercio electrónico se brinde la adecuada salvaguarda de estos menores.

Por su parte quedó probado⁹² con base en la visita de inspección administrativa adelantada a la página web <http://www.rappi.com.co/> el 13 de enero de 2020⁹³ que las medidas implementadas por **RAPPI S.A.S.** para evitar la venta de productos nocivos para la salud a menores de edad no son suficientes ni efectivas, este Despacho confirmará la decisión de la Dirección de encontrar responsable a la citada sociedad por la infracción de la norma imputada en el cargo número cuatro⁹⁴, desestimándose así los argumentos del recurrente por improcedentes.

9.9. Graduación de la sanción.

Frente a la aplicación de los criterios de graduación de la sanción establecidos en los numerales primero y tercero del párrafo primero del artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, esto es el daño causado a los consumidores, y la reincidencia en la comisión de las infracciones en materia de protección al consumidor, el contradictor alegó que los mismos no podían aplicarse como agravantes.

9.9.1. Daño causado a los consumidores.

Particularmente, la defensa cuestionó que para la Dirección la sola infracción de las normas generaba un daño potencial al universo de consumidores, aplicando tal criterio como agravante. Según el censor, tal consideración no materializaba el objetivo de los criterios para graduar la multa, ya que se concluiría que siempre que hubiera un incumplimiento el daño sería agravante, cuestionando en qué eventos aplicaría como atenuante.

En relación con el criterio del daño causado a los consumidores contemplado en el numeral primero del párrafo primero del artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, este Despacho considera necesario recordarle a la sancionada que en el régimen de consumo "(...) el daño a que se hace referencia

⁹² Considerando 22.6. Frente a la presunta infracción a lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, por la aparente desprotección que brinda al interior de su página web y app a los niños, niñas y adolescentes. - Imputación fáctica N°4, de la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022.

⁹³ Radicado número 19-198723-6 del 13 de enero de 2020.

⁹⁴ Considerando 27.6.6. Conclusiones frente a la imputación fáctica N°4, de la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

obedece a la potencialidad con que la conducta infractora puede afectar a un universo de consumidores-daño contingente (...)»⁹⁵.

En ese sentido, para el Despacho queda claro que con la sola existencia de potencialidad de daño frente a los consumidores por el incumplimiento por parte de **RAPPI S.A.S.**, de los artículos los artículos 6, 23, 29, 30, los literales c) y d) del artículo 50 y el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, y de lo establecido en el numeral 2.1.2.4 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, se corrobora la necesidad de protegerlos.

Así lo ha confirmado la Corte Constitucional en Sentencia T-466 de 2003, al señalar que "(...) Tratándose de la **protección de los derechos de los consumidores, no se requiere entonces la existencia de un daño, tampoco la de un perjuicio, ni hay lugar mediante el ejercicio de una acción colectiva a una indemnización reparatoria, como ya se dijo. Lo que el legislador protege es el derecho de quienes adquieran un producto o servicio determinado a no resultar defraudados en la confianza pública que el productor debe honrar permanentemente y con respecto a todos** (...)". (Destacado fuera de texto original).

Al respecto, vale la pena citar las consideraciones hechas por la Corte Suprema de Justicia en atención a dilucidar la protección hecha por esta Superintendencia en las relaciones de consumo:

"La relación de consumo constituye una particular categoría que surge entre quienes se dedican profesionalmente a elaborar o proveer bienes o prestar servicios con quien los adquiere con el fin de consumirlos; y es precisamente el consumidor, quien, por encontrarse en condiciones de vulnerabilidad económica y desequilibrio, es destinatario de una especial protección normativa; por supuesto que la profesionalidad del productor que lo hace experto en las materias técnicas científicas en torno de las cuales realiza su labor, su sólida capacidad económica, su vocación para contratar masivamente, las modalidades de contratación a las que acude, entre muchas otras particularidades, lo sitúan en un plano de innegable ventaja comercial que reclama la intervención de legisladores y jueces con miras a reestablecer el equilibrio perdido"⁹⁶. (Destacado fuera del texto original).

A partir de lo citado, es posible concluir que en procedimientos administrativos como el que se estudia en este asunto, el bien jurídico protegido no se relaciona con un interés particular y privado, sino con los derechos de los consumidores que pueden verse afectados cuando no se cumplen las normas imputadas. Por ello, no se requiere la configuración de una lesión efectiva sino que la vulneración de la disposición normativa ya configura la lesión del bien jurídico tutelado.

En este sentido, para el Despacho queda claro que con la sola existencia de potencialidad de daño frente a los consumidores por haber incumplido la obligación de asegurar la calidad en la prestación de los servicios, no haber suministrado información clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos ofrecidos, haber incurrido en publicidad engañosa, no haber cumplido con las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad en los términos de dicha publicidad, y no haber protegido los derechos de los niños, niñas y adolescentes en el comercio electrónico, se configuró la vulneración por parte de **RAPPI S.A.S.**, de las normas en que se fundamentó la decisión de la Dirección de imponer la sanción.

Por consiguiente, solucionar todas las peticiones, quejas y reclamos interpuestas por los consumidores no puede tenerse como un factor de disminución de la sanción en este sentido ya que los deberes a cargo de la sancionada en el ejercicio de su actividad no están supeditados a la contestación o no de quejas o denuncias por parte de los consumidores, sino al cumplimiento de lo señalado en las normas imputadas.

⁹⁵ En sentencia del 22 de abril de 2009 del Consejo de Estado. Exp. 17509. Consejero ponente: Enrique Gil Botero, se dijo en similar sentido: "Lo que el legislador protege es el derecho de quienes adquieran un producto o servicio determinado a no resultar defraudados en la confianza pública que el productor debe honrar permanentemente y con respecto a todos".

⁹⁶ Sentencia del 30 de abril de 2009. Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. Exp. 25899 3193 992 1999 00629 01.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Ahora bien, de la revisión cuidadosa del acto administrativo sancionatorio⁹⁷ se concluye la Dirección tuvo en cuenta la conducta invocada por el impugnante como criterio atenuante para graduar la multa, esto es la disposición o no de buscar una solución adecuada a los consumidores. En efecto, la Dirección consideró que a partir de la información allegada por la compañía⁹⁸, se realizaron reembolsos del cien por ciento (100%) de las órdenes que no pudieron ser entregadas a los consumidores, envíos de mensajes vía correo electrónico para tramitar sus peticiones, quejas o reclamos, y llamadas para brindarles atención personalizada, junto con la difusión de mensajes masivos en redes sociales.

Por las explicaciones anteriores, este Despacho no acogerá las alegaciones del censor y confirmará la aplicación del criterio de graduación de la sanción correspondiente al daño causado a los consumidores según las consideraciones hechas por la Dirección⁹⁹.

9.9.2. La reincidencia en la comisión de las infracciones en materia de protección al consumidor”.

En lo que se refiere a la aplicación del criterio de graduación de la sanción establecido en el numeral tercero del párrafo primero del artículo 61 de la Ley 1480 de 2011 como agravante, **RAPPI S.A.S.** alegó que las circunstancias fácticas y jurídicas del acto sancionatorio eran diferentes a las tenidas en cuenta en la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022. Así, el impugnante afirmó que no se incurrió en reincidencia.

Respecto de lo manifestado por el recurrente, este Despacho, al revisar la actuación bajo el expediente identificado con el número 18-256766, verificó que en dicha oportunidad se impuso una sanción a **RAPPI S.A.S.**, por haber incumplido lo señalado en 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 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.

Como puede observarse, **RAPPI S.A.S.**, reincidió en la comisión de las infracciones en materia de protección al consumidor, y por consiguiente, es procedente la aplicación del criterio para la graduación de la sanción dispuesto en el numeral 3 del párrafo primero del artículo 61 de la Ley 1480 de 2011. En efecto, para hablar de reincidencia, no es necesario que se trate exactamente de la misma infracción, ya que basta que sea sobre la comisión de infracciones en materia de protección al consumidor. Teniendo en cuenta lo anterior, los reparos del impugnante en relación con la aplicación del criterio en cuestión, se encuentran desestimados.

9.9.3. La disposición o no de colaborar con las autoridades competentes.

El apoderado cuestionó que esta Entidad no hubiera tenido en cuenta la cooperación de **RAPPI S.A.S.** como atenuante. Advirtió, que no obstante ser un deber, la sancionada podía no cumplirlo, pero que en todo lo caso lo hizo de manera eficiente, y en su sentir por tal razón debía aplicarse como atenuante.

Respecto de las manifestaciones del contradictor, este Despacho coincide con las apreciaciones de la Dirección¹⁰⁰ en cuanto a que la comparecencia activa de la sancionada durante el procedimiento sancionatorio en su contra era su deber, con lo que era su obligación aportar debida y oportunamente todos los documentos e información formalmente requeridos.

⁹⁷ Considerando VIGÉSIMO TERCERO: SANCIÓN ADMINISTRATIVA, de la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022.

⁹⁸ Radicado número 20-119387-1 del 21 de mayo de 2020.

⁹⁹ Ibidem.

¹⁰⁰ Ibidem.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Asimismo, encuentra este Despacho que los argumentos del recurrente se fundamentan en los deberes propios que se debe cumplir en el marco de un procedimiento administrativo sancionatorio o en el ejercicio propio de sus cargas procesales, con lo que es su decisión si decide hacerlo o no. Adicionalmente, resulta pertinente aclarar que las respuestas a los requerimientos o solicitudes y todas las intervenciones a lo largo de la actuación no es otra cosa que el cumplimiento de su carga procesal y no son demostrativas de colaborar con sus autoridades competentes.

Considerar lo contrario equivale a aceptar, que en los casos de infracción a las normas de protección de los consumidores no pueda imponerse sanción alguna bajo el argumento de que la empresa o entidad investigada atendió los requerimientos durante el proceso. Dado lo anterior, se comparte los argumentos expuestos por la Dirección en relación con la aplicación de este criterio en la forma señalada en el acto administrativo que impuso la sanción.

De acuerdo con lo señalado, no existe razón para revocar la sanción impuesta, por lo tanto, se confirmará lo dispuesto en la Resolución No. 10098 de 3 de marzo de 2022.

En mérito de lo expuesto, este Despacho

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: CONFIRMAR en todos sus apartes la Resolución No. 10098 del 3 de marzo de 2022, por las razones expuestas en la parte motiva del presente acto administrativo.

ARTÍCULO SEGUNDO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente decisión a **RAPPI S.A.S.**, identificada con el Nit. 900.843.898-9, a través de su apoderado, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella no procede ningún recurso.

ARTÍCULO TERCERO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente decisión a **CORPORACIÓN COLOMBIANA DE PADRES Y MADRES - RED PAPAZ**, identificada con el Nit. 900.843.898-9, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella no procede ningún recurso.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá, D.C., a los

16 MAR 2023

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR


NATALIA ALVIS RODRÍGUEZ

Notificaciones

Sancionada:
Identificación:
Apoderado:
Identificación:
Tarjeta Profesional:
Dirección 1:
Dirección 2:
Dirección 4:
Dirección 3:
Ciudad:

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

C.C. No

101

RESOLUCIÓN NÚMERO DE 2023

Por la cual se resuelve un recurso de apelación.

Tercero interesado:

CORPORACION COLOMBIANA DE PADRES Y MADRES Y PODRA USAR
COMO SIGLAS REDPAPAZ PAPA Y PAPA RED DE PADRES Y MADRES
NIT 830.130.422-3

Identificación:

Representante legal:

Identificación:

CC

Dirección 1:

Dirección 2:

Dirección 3:

Ciudad:

Proyectó: MAAG/ LDPR

Revisó: HJTC//LDPR

Aprobó: NAR