



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

RESOLUCIÓN NÚMERO 10098 DE 2022
(03 MAR 2022)

“Por la cual se decide una actuación administrativa”

Radicación N°19-198723

VERSIÓN PÚBLICA

LA DIRECTORA DE INVESTIGACIONES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que esta Dirección en ejercicio de sus funciones legales conoció de la denuncia presentada por la señora [REDACTED], radicada con el número 19-198723-0 del 2 de septiembre de 2019, en contra **RAPPI S.A.S.**, identificada con el NIT 900.843.898-9, por medio de la cual manifestó una presunta infracción a las normas que regulan los derechos de los consumidores, toda vez que señaló que la mencionada sociedad, aparentemente, estaría comercializando bebidas alcohólicas a menores de edad.

SEGUNDO: Que con ocasión de lo previamente expuesto y en ejercicio de las funciones de inspección, vigilancia y control, en especial las establecidas en el Decreto 4886 de 2011 y acorde con lo dispuesto en la Ley 1480 de 2011 y demás normas concordantes, esta Dirección mediante los oficios números 19-198723-2 y 19-198723-3 del 29 de noviembre de 2019, requirió a la investigada para que allegara la siguiente información y documentación:

“(…)

1. *Informar si ha emitido pautas publicitarias relacionadas con productos nocivos, tales como bebidas alcohólicas.*

2. *En caso de ser afirmativa la respuesta: -Remitir en medio magnético copia de la totalidad de las piezas publicitarias emitidas con ocasión de los productos, -Indicar la frecuencia con la cual se emitió la publicidad y última fecha de emisión, -Informar cuál fue el nivel o porcentaje de pauta.*

3. *Indicar quién figura como anunciante de dichas pautas publicitarias.*

4. *Señalar los términos y restricciones que tiene frente a los productos nocivos que comercializa.*

5. *Aportar la relación de peticiones, quejas y reclamos recibidas en los últimos seis meses con relación a productos nocivos, indicando la fecha de radicación, quejoso, motivo y trámite dado a la misma.*

“(…)”

TERCERO: Que mediante el radicado número 19-198723-4 del 19 de diciembre de 2019 la investigada solicitó una prórroga para efectos de brindar respuesta al requerimiento mencionado en el considerando inmediatamente anterior. Así mismo, solicitó aclaración sobre su contenido.

CUARTO: Que este Despacho, mediante el oficio número 19-198723-5 del 26 de diciembre de 2019, dio alcance y precisión al requerimiento de información efectuado mediante los radicados números 19-198723-2 y 19-198723-3 del 29 de noviembre de 2019, de la siguiente manera:

"(...)

1. Informar si en los últimos seis (6) meses Rappi, aliados comerciales o marcas que utilizan el portal de contacto han emitido pautas publicitarias en relación con bebidas alcohólicas, en caso afirmativo allegar copia de las mismas.

2. Indicar cuáles son los mecanismos de seguridad dispuestos por Rappi para dar cumplimiento a lo previsto en el artículo 52 del Estado del Consumidores (sic) que a texto dice: '(...) Cuando la venta se haga utilizando herramientas de comercio eléctrico el proveedor deberá tomar las medidas posibles para verificar la edad del consumidor. En caso de que el producto vaya a ser adquirido por un menor de edad, el proveedor deberá dejar constancia de la autorización expresa de los padres para realizar la transacción. (...)'

3. Indicar si tiene conocimiento de transacciones realizadas por menores de edad para la adquisición de los anteriores productos, en caso afirmativo aportar copia de las constancias de los padres de familia en las cuales se avalen las mismas.

"(...)"

Así mismo, le otorgó un plazo de quince (15) días hábiles a la investigada para dar respuesta clara, completa, precisa y en español a cada uno de los literales.

QUINTO: Que en ejercicio de sus facultades legales, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor practicó, el 13 de enero de 2020, una visita de inspección administrativa a las página web <https://www.rappi.com.co>, consignada con el radicado número 19-198723-6 del 5 de mayo de 2020, de enero de 2020, con el propósito de verificar la información depositada en esta.

SEXTO: Que así mismo, a través de los radicados números 19-198723-7 y 19-198723-8 del 17 de enero de 2020, esta Dirección requirió de oficio a la investigada para que allegara la siguiente información:

"(...)

1. Indicar si en lo últimos (6) meses Rappi, aliados comerciales o marcas que utilizan el portal de contacto han emitido pautas publicitarias en relación con bebidas alcohólicas, cigarrillo, sistemas electrónicos de administración de nicotina y productos de tabaco calentado o vapeadores (en adelante productos), en caso afirmativo informar si existen condiciones o restricciones para adquirir dichos productos y de qué manera se dan a conocer a los consumidores. (Aportar las pruebas que sustenten su respuesta).

2. Indicar si tiene conocimiento de transacciones realizadas por menores de edad para la adquisición de los referidos productos, en caso afirmativo aportar copia de las constancias de los padres de familia en las cuales se avalen las mismas.

"(...)"

SÉPTIMO: Que la investigada, mediante el número de radicado 19-198723-9 del 22 de enero del 2020, remitió respuesta junto con sus respectivos anexos a fin de atender el requerimiento señalado en los considerandos cuarto y quinto de la presente resolución, en la cual informó, entre otras cosas, lo siguiente:

[REDACTED]

OCTAVO: Que por otra parte, esta Entidad tuvo conocimiento de las peticiones radicadas por el señor [REDACTED] ante la Dirección para la Gestión Políciva de la Policía metropolitana de Bogotá, las cuales fueron trasladadas a este Despacho mediante los radicados números 19- 293571-0 del 17 de diciembre de 2019 y 19-297219 -0 del 20 de diciembre de 2019. En estas, se manifiesta la existencia de un posible expendio de bebidas embriagantes a menores de edad a través de la plataforma dispuesta por la investigada.

NOVENO: Que así mismo, la Superintendencia de Sociedades dio traslado a esta Dirección, de la queja presentada por la señora [REDACTED], en calidad de Representante Legal Suplente de Red PaPaz en la que señala que **RAPPI S.A.S.**, al parecer, emite publicidad y comercializa bebidas alcohólicas a menores edad. La misma, fue consignada dentro del presente trámite con el número de radicado 19-302676-0 del 30 de diciembre de 2019.

DÉCIMO: Que esta Dirección, en ejercicio de sus funciones de inspección, vigilancia y control, en especial las establecidas en el Decreto 4886 de 2011 y acorde con lo dispuesto en la Ley 1480 de 2011, requirió de oficio a la investigada mediante los oficio números 20-16890-0 y 20-16890-1 del 23 de enero de 2020, a fin de que suministrara la siguiente información:

"(...)

1. Explicar en qué consiste el servicio RappiFavor que presta la sociedad a través de la aplicación móvil RAPPI. (En adelante el servicio)
2. Informar desde qué fecha se viene prestando el servicio.
3. Indicar cuáles son los términos condiciones y restricciones para el uso del referido servicio y qué información se suministra a los consumidores al respecto. (Allegar las pruebas que sustenten su respuesta).
4. Allegar, en medio magnético, la totalidad de las piezas publicitarias, indistinto del medio de divulgación (televisión, radio, prensa, redes sociales, entre otros), por medio de las cuales anuncia el servicio, indicando la frecuencia y los medios a través de los cuales se divulga.
5. Informar si el referido servicio estipula cargos extras o adicionales. En caso afirmativo, indicar:
 - En qué consisten los cargos extras.
 - De qué manera se informa a los consumidores sobre los cargos extras.
 - Cuál es el procedimiento establecido por la sociedad para calcular los valores o cargos extras cobrados a los consumidores.

• Allegar evidencia de cinco (5) pedidos en los cuales se hayan realizado cargos extras en la prestación del referido servicio, en los que se demuestre el procedimiento realizado para tal finalidad y la información previa entregada al consumidor sobre el particular.

6. Adjuntar, en medio magnético, la relación de peticiones, quejas y reclamos recibidos en los últimos (6) meses, con ocasión al servicio en mención, donde se especifique como mínimo la siguiente información: fecha de presentación, nombre del quejoso, motivo, trámite dado y fecha de respuesta.

(...)"

DÉCIMO PRIMERO: Que la investigada, mediante el número de radicado 20-16890-2 del 11 de febrero de 2020, remitió respuesta junto con sus respectivos anexos a fin de atender el requerimiento mencionado en el considerando inmediatamente anterior, en la cual informó, entre otras cosas, lo siguiente:

"(...) El servicio de Rappifavor consiste, en que por medio de la plataforma de contacto Rappi, un Consumidor contrata los servicios de un Rappitendero, para que éste realice un encargo con base en las instrucciones que reciba. Generalmente, el Rappitendero debe llevar una enmienda del Punto A al Punto B, por expresa instrucción del Consumidor. Debe quedar claro que Rappi no presta el servicio de RappiFavor. Rappi solo funge como una plataforma de contacto que presta un servicio de tecnología para facilitar el intercambio de bienes y servicios a cambio de una prestación entre diferentes tipo de usuarios. El servicio de Rappifavor lo prestan directamente los Rappitenderosa los Consumidores por expresa solicitud de estos. Por otro lado, vale la pena recalcar que los Rappitenderos no tienen ningún tipo de vínculo laboral con Rappi, en la medida que son contratados directamente por los Consumidores para realizar los encargos que éstos les indiquen. Los tipos de encargos que normalmente solicitan los Consumidores a los Rappitenderos son:

- Envío de documentos.
- Envío de unas llaves.
- Envío de paquetes.
- Llevar lonchera al colegio.

(...)

Este servicio lo prestan los Rappitenderos a favor de los Consumidores desde noviembre de 2015 y surgió por expresa solicitud de los Consumidores que pedían tener un botón para solicitar cualquier tipo de encargo.

(...)

El servicio de Rappifavor tiene una tarifa base de cuatro mil cuatrocientos pesos M/TE (\$4.400), que comprende una distancia de hasta dos kilómetros (2km), hasta dos (2) direcciones o puntos de acción y hasta sesenta (60) minutos de servicio. Agotados tales puntos de acción, distancia y minutos, el valor del servicio incrementara por recargos extras según diferentes factores, como se explica a continuación.

Adicionalmente, se cobra el uno por ciento (1%) sobre el valor declarado por el Consumidor.

(...)

1. Recargos por distancia. Agotados los dos kilómetros (2km):
 - a. Del kilómetro dos (2) al diez (10), se cobra ciento diez pesos M/CTE (\$110) por cada cien metros (100m).
 - b. A partir del Kilómetro diez (10), se cobra doscientos veinte pesos M/CTE (\$220) por cada cien metros (100m).
2. Recargo por punto o dirección adicional. Agotados los dos (2) puntos de acción o direcciones, se cobra mil pesos M/CTE (\$1000) por cada dirección o punto adicional.
3. Recargo por tiempo. La tarifa base comprende hasta sesenta (60) minutos de servicio. Una vez agotado dicho término, se cobra doscientos pesos M/CTE (\$200) por cada minuto adicional.

(...)

En la esquina superior izquierda de la pantalla de Rappifavor se encuentra un botón informativo '(i)' donde se explica al Consumidor todos los cargos, tal y como se muestra en las imágenes 1 y 2 del Anexo 2 del presente documento.

(...)

En primer lugar, se aclara que las tarifas y recargos extras que se cobran a los Consumidores por la prestación del servicio de RappiFavor, son determinadas mediante grupos focales compuestos por Rappitenderos, en que se ponen de presente las diferentes circunstancias del servicio.

De acuerdo con esto, Rappi S.A.S. realiza el cálculo de los cargos extra teniendo en cuenta los siguientes factores: i) La distancia entre los puntos de acción o direcciones, el cual se calcula a través de los sistemas de localización utilizados por la plataforma de contacto Rappi; ii) El número de puntos de acción o direcciones indicados por el Consumidor a través de la plataforma de contacto Rappi, al momento de generar la orden; y, iii) El tiempo de duración del servicio de RappiFavor prestado por el Rappitendero, el cual es monitoreado a través de la plataforma de contacto Rappi, desde el momento en que la orden inicia y hasta el momento en que la misma finaliza.(...)"

DÉCIMO SEGUNDO: Que con ocasión al estado de emergencia sanitaria decretado por el Gobierno Nacional para atender las consecuencias derivadas de la llegada del COVID-19 a Colombia, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, en ejercicio de sus funciones, inició de oficio una averiguación preliminar en contra de **RAPPI S.A.S.**, requiriéndola el 18 de marzo de 2020 mediante los radicados 20-66537-0 y 20-66537-1, para que suministrará la siguiente información y documentación:

(...)

- 1. Indicar cuál es la información previa suministrada a los consumidores en relación con los tiempos de entrega de los productos que comercializa a través de su portal web (Aportar pruebas que sustenten sus afirmaciones).*
- 2. Informar cuál es el procedimiento utilizado para establecer los tiempos estimados en la entrega de los productos solicitados por los consumidores a través del portal web.*
- 3. Explicar cuáles son las soluciones brindadas a los consumidores en el evento que no sea posible entregar el bien en la hora y fecha indicada.*
- 4. Informar cómo se aplica el derecho de retracto de las compras realizadas a través de su portal web. Remitir a este Despacho copia de cinco (5) solicitudes de retracto presentadas en los últimos quince (15) días.*
- 5. Anexar copia de cincuenta (50) facturas de venta expedidas a través de su portal web en los últimos diez (10) días con sus correspondientes actas de entrega.*
- 6. Indicar si a raíz de la emergencia social que está viviendo el país (COVID 19) se ha estimado tiempos de entrega distintos a los usuales, en caso afirmativo indicar cuáles son y cómo se dan a conocer a los consumidores. (Aportar las pruebas que permiten advertir la entrega de los productos en los tiempos previamente informados al consumidor).*
- 7. Indicar si es posible que el consumidor solicite la devolución del dinero en caso de no recibir los productos en los tiempos previamente informados, de ser afirmativa su respuesta informar el tiempo estimado para dicho reintegro.*
- 8. Informar de qué medios dispone para que los consumidores presenten sus peticiones, quejas y reclamos (allegar el procedimiento que maneja).*
- 9. Aportar copia de las peticiones, quejas y reclamos recibidas, durante los últimos diez (10) días relacionados con los tiempos de entrega, indicando fecha de radicación, nombre del quejoso, motivo, trámite dado a la misma y fecha de respuesta.*

(...)"

DÉCIMO TERCERO: Que con ocasión del requerimiento anterior la investigada, mediante el número de radicado 20-66537-5, del 8 de abril de 2020, remitió respuesta junto con sus respectivos anexos, en la cual informó, entre otras cosas, lo siguiente:

"(...) En primer lugar, vale la pena aclarar que Rappi no comercializa productos a través de su portal web (en adelante 'plataforma'). Quienes comercializan productos a través de su plataforma son los Aliados Comerciales (en adelante 'Aliado/Aliados). De igual manera, es importante establecer que los Repartidores independientes (en adelante 'Rappitenderos') son terceros ajenos a Rappi, quienes usan la plataforma para prestarle un servicio directamente a los Usuarios / Consumidores (en adelante 'Usuarios') por solicitud expresa de estos.

En segundo lugar, Rappi informa a los Usuarios un tiempo de entrega estimado, expresado en minutos u horas, el cual no debe ser tomado como un tiempo exacto de entrega por parte del Rappitendero al Usuario. Estos tiempos de entrega son solamente unos tiempos estimados que dependen de ciertas variables como se explicará a continuación en el punto 2 de esta

respuesta. Igualmente, por favor ver el Anexo 1 para entender cómo se reflejan en la Plataforma los tiempos de entrega estimados que pueden tener los productos que comercializan los Aliados y entregan de los Rappitenderos.

(...)

El procedimiento utilizado para establecer los tiempos depende de las siguientes variables

- (i) Demanda de los productos del Aliado y capacidad operacional para gestionar la demanda, entendiéndose por esto, la cantidad de órdenes que están solicitando los Usuarios al Aliado y la capacidad operativa (recursos) que tiene este para gestionar. Esto varía dependiendo de cada vertical, puesto que existen Aliados en la vertical de restaurantes, mercados, farmacia etc y cada uno tiene un producto, una operación y una capacidad diferente para gestionar.
- (ii) Puntos de venta del Aliado Comercial. Todos los Aliados tienen diferente número y ubicación de sus puntos de venta, con diferente número de empleados e inventarios distintos.
- (iii) La oferta de Rappitenderos al servicio de los Usuarios a través de la Plataforma. Esta oferta varía por muchos factores, como, por ejemplo: el número de Rappitenderos disponibles, el clima, el tráfico, la zona de la ciudad y los implementos propios con los que cuenta el Rappitendero para realizar una orden.
- (iv) El histórico de órdenes procesadas en el pasado por el mismo Aliado con la misma capacidad operacional con la que cuenta en el momento en que el Usuario visualiza su tienda. De esta manera, el sistema a través de su capacidad tecnológica y tomando en cuenta todas las variables, establece un tiempo estimado de entrega que es el que se ve reflejado en la Plataforma.

Es importante recalcar, y teniendo en cuenta las variables anteriormente descritas, que los tiempos estimados de entrega pueden fluctuar constantemente, pues como se explicó previamente, la estimación depende de cómo confluyen esa serie de factores que componen la variable.

(...)

Dado que la Plataforma calcula el tiempo estimado de entrega a partir de las variables enunciadas en los numerales anteriores de la presente respuesta, los tiempos de entrega estimados se actualizan y modifican permanentemente con base en ello.

(...)

Como se indicó en los numerales precedentes de este capítulo, Rappi no comercializa productos o servicios, y tampoco presta el servicio de entrega de los productos que son exhibidos por terceros proveedores a través de la Plataforma Rappi. A raíz de la emergencia social que está viviendo el país (COVID-19) en algunas ocasiones y debido a las variables relacionadas en el punto 2 de esta respuesta, en algunos casos han aumentado los tiempos estimados de entrega y en otros casos han disminuido. Depende de cómo confluyen las variables referidas.

(...)

No es posible que el consumidor solicite la devolución del dinero en caso de no recibir los productos en los tiempos previamente informados. Como venimos exponiendo, esos tiempos de entrega son estimados y no un tiempo exacto de entrega. Generalmente los tiempos de entrega se cumplen dependiendo de cómo confluyan las variables especificadas en el punto 2 de esta respuesta. En caso de no recibir en ningún momento los productos, sí es posible que el Usuario solicite la devolución de su dinero. El tiempo de respuesta para que éste vuelva a tener su dinero disponible depende del método de pago. En caso de haber realizado el pago con método RappiPay, la devolución se hace automática e inmediata. No tarda más de 1 minuto en verse reflejado en su cuenta. En caso de haber realizado el pago con tarjeta de crédito, depende de su entidad bancaria, pero se realiza dentro de los 30 días siguientes a partir de solicitar la devolución de su dinero. (...)"

DÉCIMO CUARTO: Que como consecuencia de los presuntos inconvenientes presentados durante la celebración del día de la madre, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, en ejercicio de sus funciones, inició de oficio una averiguación preliminar en contra de **RAPPI S.A.S.**, requiriéndola mediante el radicado N° 20-119287-0 del 11 de mayo de 2020, para que suministrara dentro de los cinco (5) días siguiente al recibo de la comunicación, la siguiente información y documentación:

(...)

1. Indicar cuál era el número máximo de transacciones que tenía prevista la sociedad a través de la plataforma para el día 10 de mayo de 2020, con la finalidad de cumplir con las mismas.

2. Informar qué protocolos tenía dispuestos para cumplir con todas las solicitudes realizadas por los consumidores con ocasión del día de la madre.
3. Informar cuál fue el procedimiento utilizado para establecer los tiempos estimados en la entrega de los productos y/o servicios para el día 10 de mayo del 2020.
4. Indicar qué inconvenientes surgieron al momento de cumplir con todas las solicitudes realizadas por los consumidores el día 10 de mayo de 2020.
5. Informar detalladamente de qué manera los consumidores podían rastrear o hacer seguimiento a las compras realizadas mediante la plataforma.
6. Explicar de qué manera se informó a los consumidores sobre la disponibilidad, en tiempo real, de los productos, así como las variaciones en los tiempos inicialmente anunciados. (Allegar las pruebas que sustenten su respuesta)
7. Aportar en formato Excel (.xls) la relación de peticiones, quejas y reclamos presentadas por los consumidores con ocasión al presunto incumplimiento en relación con los productos adquiridos a través de la plataforma el día 10 de mayo del 2020.
8. Explicar cuáles fueron las soluciones brindadas a los consumidores por el presunto incumplimiento respecto de las compras realizadas a través de la plataforma el 10 de mayo del 2020.
9. Especificar cuál fue el procedimiento establecido para que los consumidores pudieran ejercer el derecho de retracto e indicar qué información y a través de qué medios se suministró sobre el particular.
10. Allegar copia de veinte (20) solicitudes de retracto presentadas el día 10 de mayo del 2020 y su correspondiente respuesta.
11. Informar si el día 10 de mayo del 2020, recibió solicitudes de reversión de pago, en caso afirmativo remitir reporte de las mismas indicando los motivos de presentación.
12. Remitir un informe en el cual se discrimine lo siguiente:
 - El número de consumidores a los cuáles se les debitó el valor del producto y/o servicio solicitado, pero no les fue entregado.
 - El número de consumidores a los cuáles se les entregó el producto solicitado en un término distinto al previamente informado.
 - El número de consumidores a los cuáles se les entregaron de manera incompleta los productos solicitados.
 - El número de consumidores que han solicitado la devolución del dinero.
13. Aportar todos los soportes que den cuenta de la devolución del dinero a los consumidores que se les incumplió con la entrega de los productos el día 10 de mayo de 2020.
(...)"

DÉCIMO QUINTO: Que en atención al requerimiento mencionado en el considerando inmediatamente anterior, la investigada, mediante el radicado número 20-119287-1 del 21 de mayo de 2020, dio respuesta en la cual señaló, entre otras cosas, lo siguiente:

"(...) Se tenía previsto un incremento de doscientas mil (200.000) órdenes (récord anterior para un día domingo) a trescientas mil (300.000 órdenes) a través de la plataforma de contacto Rappi (en adelante la plataforma)

(...)"

A continuación se presentan las medidas adoptadas por Rappi para el funcionamiento de la Plataforma el día 10 de mayo de 2020:

- Se preparó a los aliados de la Plataforma para el incremento de la demanda, teniendo en consideración algunos elementos tales como aumento de personal y cálculos conjuntos de estimaciones de demanda.
- Se desplegó, tres días antes al día de la madre, una nueva funcionalidad en la Plataforma, que permite mostrar a los consumidores (en adelante 'usuarios') el estado de no disponible a los restaurantes que presentan cocinas saturadas y riesgos de aglomeraciones de mandatarios voluntarios (en adelante, 'Rappitenderos') en los establecimientos. Esto se desarrolló través de un modelo, usando toda la data histórica del nivel de órdenes (Pivot) a partir del cual las métricas operativas del restaurante se deterioran (aumento en el tiempo de espera del Rappitendero, mayor tiempo de preparación de las órdenes de los usuarios). Cuando el restaurante llega al Pivot, la Plataforma muestra al restaurante como no disponible.
- Se dispuso de cuarenta (40) brigadistas para favorecer el orden, el distanciamiento preventivo y así garantizar los protocolos de bioseguridad en los restaurantes de mayor venta a través de la Plataforma, teniendo en cuenta la coyuntura actual.
- La semana anterior al día 10 de mayo de 2020, siete mil ciento cincuenta (7.150) nuevos Rappitenderos se registraron en la plataforma virtual 'Soy Rappi', y la semana anterior a esa,

nueve mil doscientos tres (9.203) Rappitenderos. Lo anterior, con el fin de poder suplir la demanda de los usuarios a través de la plataforma.

(...)

La Plataforma realiza el cálculo del tiempo estimado de entrega a partir de ciertos factores tales como la disponibilidad de Rappitenderos en un momento determinado, la capacidad operativa de los Aliados Comerciales quienes comercializan los productos y servicios desde sus propios puntos de venta, la demanda en la solicitud de órdenes por parte de los usuarios y las distancias entre el punto de recogida de los productos y el punto de entrega final de la orden.

(...)

El 10 de mayo de 2020, entre las horas 11:45am y 18:00 horas la Plataforma presentó los siguientes inconvenientes:

- No se generaron/crearon algunas órdenes de los usuarios.
- Algunos Aliados Comerciales no estuvieron disponibles por la saturación en su operación.
- En algunas órdenes que sí se crearon no fue posible hacer seguimiento del estado de las órdenes activas.
- Imposibilidad de los Rappitenderos para aceptar las órdenes realizadas por los usuarios. R Imposibilidad de los Aliados Comerciales para aceptar nuevas órdenes y/o actualizar su estado.

Con anterioridad al día 10 de mayo de 2020, Rappi trabajó fuertemente en mejorar durante varias ventanas de mantenimiento su capacidad tecnológica y el almacenamiento de datos y caché para soportar la carga de navegación de usuarios, Rappitenderos y Aliados Comerciales, por más que la Plataforma ya tenga una capacidad dinámica que le permita responder a la demanda orgánica que se genera.

El alto tráfico y la masiva concurrencia en la Plataforma en tan corto tiempo, comenzó a hacer buen uso de los procesos internos dispuestos para el almacenamiento de datos en tiempo real, lo cual es necesario para soportar los eventos relacionados durante todo del ciclo de vida de una orden, es decir, desde el momento en que un usuario realiza la orden, pasando por el momento en que el Aliado Comercial la acepta, la prepara y se la entrega al Rappitendero hasta que finalmente éste último la entrega al usuario.

Cuando estos caché, responsables de servir en la creación de la orden y todo su trámite en general, superaron dos (2) veces la utilización para la que estaban preparados, el sistema de monitoreo lo detectó inmediatamente y comenzó a llamar a los ingenieros de guardia. Solo cinco minutos después de la generación de la alerta se comenzó a preparar dinámicamente una nueva capa de caché cuatro (4) veces más grande a la anterior, para poder hacer un cambio dinámico entre ambos almacenamientos y generar mayor capacidad a la mayor velocidad posible.

El crecimiento de la Plataforma con el corto paso del tiempo fue tan acelerado que no fue posible mantener operacional la primera capa de caché, lo cual activó los mecanismos de emergencia para comenzar a recuperar la información de nuestra base de datos estáticos.

Se aclara que el mecanismo descrito anteriormente fue activado tres (3) veces en caso de contingencia el jueves 07 de mayo de 2020, el cual se dejó operacional todo el viernes 08 de mayo de 2020 donde se realizaron pruebas de su operatividad a gran escala, con resultados satisfactorios.

Una vez activado el sistema de emergencia, se comenzó a acceder a esta capa del caché, la cual fue superada completamente en su capacidad, aún más de lo previsto, lo que generó la caída de la Plataforma.

Al observar las métricas de utilización del caché, y al ver que se comprometía la operación de la Plataforma, se activó inmediatamente un protocolo para operar de manera degradada, es decir, permitiendo que solamente un porcentaje pequeño de nuevas órdenes ingresaran, y de esa manera poder dosificar una cantidad menor de órdenes ya generadas que pudieran ser preparadas o alistadas por los Aliados Comerciales para ser entregadas a los usuarios de la Plataforma.

En paralelo los ingenieros comenzaron con dos tareas simultáneas para solventar la situación:

- Escalar la base de datos estática con el fin de soportar una situación de emergencia que fuese equivalente a no tener caché disponible para soportar la carga que estaba recibiendo la Plataforma en ese momento.
- Usar la capacidad del caché recién creado para responder a las operaciones necesarias para garantizar el flujo y trámite correcto de las órdenes.

Cuando ambos cambios estuvieron realizados, se comenzó a activar la Plataforma de manera gradual, por plataforma móvil, plataforma web y categoría dentro de la Plataforma, completando la mayor cantidad de órdenes corrientes y así una entrega satisfactoria al usuario, hasta el restablecimiento completo de la Plataforma a las 18:00hs.

(...)

Una vez el usuario realiza una orden, la Plataforma dispone de una pantalla, a la que se accede mediante el botón denominado 'pedido en curso', ubicado en la parte superior de la Plataforma. En dicha pantalla, el usuario puede rastrear todas las etapas de su orden, incluyendo: aceptación de la orden por parte del Aliado Comercial de la Plataforma, aceptación de la orden por parte de un Rappitendero, tiempo estimado de entrega, y finalmente el trayecto del Rappitendero hasta el punto de entrega de la orden.

(...)

La disponibilidad de los productos en la Plataforma depende meramente de la información que el Aliado Comercial proporciona desde sus puntos de venta donde maneja su inventario de productos, el cual se actualiza permanentemente y es el que se exhibe a los usuarios.

Una vez realizada una orden por parte del usuario, a este se le indica una hora estimada de entrega que puede cambiar dependiendo de las condiciones que se presenten durante el trámite de la orden. Las más comunes son las siguientes:

- Demoras, saturaciones o inconvenientes en la cocina del restaurante en el caso de este tipo de Aliados Comerciales de la Plataforma.
- Demoras o inconvenientes para que el Rappitendero encuentre y llegue al punto de venta del Aliado Comercial.
- Demoras o inconvenientes en el trayecto hacia el punto de entrega de la orden.

Cuando pasa un evento de esta naturaleza, se modifica el tiempo estimado de entrega del pedido y el usuario puede ver el cambio reflejado en la pantalla donde se ve el estado actual de la orden en tiempo real.

Durante los inconvenientes presentados el domingo 10 de mayo de 2020, los usuarios de la Plataforma podían ver la pantalla de estado de la orden, pero los sistemas de modificación del tiempo estimado de entrega estaban fallando, pues debido a la falta de capacidad operativa y funcional de la plataforma, los tiempos no se estaban actualizando correctamente.

Por otro lado, debido a los inconvenientes señalados en el punto 4 de la Plataforma, se aclara que, a pesar de la modificación en los tiempos estimados de entrega de las órdenes, la saturación no permitía que algunos usuarios al momento de ingresar a la Plataforma pudieran ver en la pantalla el estado de su orden.

Por otro lado, con el propósito de informar sobre las dificultades de la Plataforma, se publicaron avisos a través de varios canales de comunicación anunciando tal situación a los usuarios, Aliados Comerciales, Rappitenderos y la ciudadanía en general. Una vez superados los problemas técnicos de la Plataforma, procedimos a publicar avisos de disculpas y comunicamos que la Plataforma se encontraba funcionando de manera estable. Algunas comunicaciones enviadas fueron las siguientes:

(...)

Las siguientes fueron las soluciones brindadas a los usuarios de la Plataforma que presentaron inconvenientes el día 10 de mayo de 2020:

- (1) Reembolso del cien por ciento (100%) del valor de las órdenes no entregadas a los usuarios por parte de los Rappitenderos;
- (2) Comunicación por correo electrónico a toda la base de usuarios de la Plataforma que sufrió un inconveniente, es decir, aproximadamente treinta y cuatro mil (34.000) usuarios. Rappi se comunicó directamente con los usuarios sin necesidad de que ellos instauraran una PQR;

(3) Llamadas a toda la base de usuarios de la Plataforma que sufrió un inconveniente para asegurarse de brindar una solución y garantizar sus derechos;

(4) Social listening a través de redes sociales para identificar usuarios impactados e inmediatamente proceder a brindarles una solución. Adicionalmente, el detalle de esta pregunta se presenta en la Hoja 1, del documento anexo en formato Excel denominado 'Anexo 1 - Preguntas 7, 8 y 12'.

Teniendo en cuenta que la Plataforma es solamente un intermediador entre varios tipos de usuarios (usuarios consumidores, Rappitenderos y Aliados Comerciales), el único producto que ofrece Rappi a los usuarios de la Plataforma, es el programa de fidelización RappiPrime. Por lo anterior, dentro de la Plataforma se encuentra disponible la posibilidad de realizar el retracto de este producto en cualquier momento.

La cantidad de usuarios de la Plataforma que realizaron órdenes utilizando métodos de pago diferentes de efectivo, pero cuya orden fue cancelada por el usuario, por el establecimiento o por Rappi y ya se había generado el cobro de estas, fue de dieciocho mil ochocientos(...)"

DÉCIMO SEXTO: Que en ejercicio de sus facultades legales, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor practicó, el 13 de enero de 2020, una visita de inspección administrativa a las páginas web <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-ycondiciones-de-uso-de-plataformarappi-2/>, <http://www.rappi.com.co/> (redes sociales Instagram y Facebook), <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataformavirtualrappitendero/> y <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones/>, consignada con el radicado número 19-198723-10 del 27 de abril de 2020, con el propósito de verificar la información depositada en estas.

DÉCIMO SÉPTIMO: Que en virtud de lo dispuesto en el inciso 1° del artículo 36 de la Ley 1437 de 2011¹, esta Dirección por medio de la Resolución N°82505 del 24 de diciembre de 2020, procedió a acumular las actuaciones administrativas identificadas con los radicados números 19-198723, 19-293571, 19-297219, 20-16890, 20-66537, 20-119287 y 19-302676 a la presente actuación (19-198723), toda vez que se encontró que se cumplían con los requisitos propios de tal procedimiento (acumulación), debido a que los expedientes tenían una causa común, una relación íntima con los hechos que lo originaron y coincidían en la búsqueda del mismo efecto, esto es, que se investigara al mismo sujeto pasivo.

DÉCIMO OCTAVO: Que de igual forma, y en atención a la información recaudada en la etapa preliminar, esta Dirección, mediante la Resolución N°82505 del 24 de diciembre de 2020² inició la presente investigación administrativa mediante formulación de cargos en contra de **RAPPI S.A.S.**, identificada con el NIT 900.843.898-9, en donde las imputaciones endilgadas fueron las que a continuación se transcriben:

"(...) 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.

(...)

14.1.1. Por lo que, referente al servicio 'RAPPIFAVOR', procedió esta Dirección a analizar la información y documentación aportada por **RAPPI S.A.S.**, durante la averiguación preliminar con radicado 20-16890-2, entre la que se encuentra una relación en Excel de las peticiones, quejas y reclamos recibidas del 1 de julio al 10 de diciembre de 2019 y su tratamiento, de la que se extrae el siguiente resumen, a modo de ilustración:

Cuadro No. 1, (Información extraída de la relación de peticiones, quejas y reclamos aportada por RAPPI S.A.S. mediante Rad. 20-16890-2 Anexo 6)

¹ "Artículo 36. Formación y examen de expedientes. Los documentos y diligencias relacionados con una misma actuación se organizarán en un solo expediente, al cual se acumularán, con el fin de evitar decisiones contradictorias, de oficio o a petición de interesado, cualesquiera otros que se tramiten ante la misma autoridad".

² Acto administrativo notificado por aviso web N°352 el 22 de enero 2021, según consta en certificación expedida por el Coordinador del Grupo Notificaciones y Certificaciones rad. 19-198723-21 del 25 de enero de 2021.

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

MOTIVO	CANTIDAD
Me cancelaron mi pedido y me cobraron	162
Dudas con el cobro	58
Incidente grave con mi repartidor	29
Incidente con mi repartidor	14
Mi cuenta esta bloqueada	9
No aplicó promoción	8
Mi pedido no fue entregado	7
Posible fraude	5
¿Qué debo hacer si mi cuenta está bloqueada?	4
Necesito ayuda	4
Producto llegó en mal estado	4
No puedo utilizar mi RappiPay	4
Mi pedido llegó incompleto	2
Deuda por efectivo recibido	2
No veo mi RappiPay en el balance	2
No veo reflejado mi saldo	2
Pedido diferente	1
Queja por otra orden	1
Cobro no reconocido	1
Confirmación registro de llamada	1
Eliminar notificaciones de la app	1
RAPPIFAVOR	1
Falla en cobro de rappifavor	1
Cancelación Rappifavor	1
Delivery delay	1
Queja sobre la cuenta	1
No aplicó Rappiprime en mi pedido	1
Inconveniente con mi orden de expovinos	1
No puedo ingresar a RappiPay	1
Cancelación	1
TOTAL	330

Así las cosas, observa esta Dirección de la relación de las peticiones, quejas y reclamos citada en líneas precedentes, que RAPPI S.A.S. recibió del 1 de julio al 10 de diciembre de 2019, trescientas treinta (330) peticiones, quejas y reclamos relacionadas con la prestación del servicio RAPPIFAVOR, las cuales estuvieron motivadas, en su mayoría, en la 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 envían a través del RAPPIFAVOR.

De lo expuesto, advierte esta Dirección que las quejas recibidas por **RAPPI S.A.S.** están motivadas en presuntas fallas en la calidad de la prestación del servicio RAPPIFAVOR, ya que en éstas se hacen referencia a presuntos incumplimientos de las características inherentes y atribuidas por la investigada al servicio en mención, como lo es la cancelación del servicio por parte de RAPPI S.A.S., luego de haber sido contratado por el consumidor, el doble cobro o cobro erróneo, la no entrega, la entrega equivocada, la entrega incompleta o la entrega en mal estado del pedido, entre otras.

En consecuencia, encuentra esta Dirección una presunta vulneración por parte de **RAPPI S.A.S.** a las normas de protección al consumidor, particularmente a lo consagrado en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, al aparentemente, encontrarse fallas en la calidad de la prestación del servicio RAPPIFAVOR.

14.1.2. En el mismo sentido, al analizar la relación de las peticiones, quejas y reclamos recibidas del 1 de enero al 24 de diciembre de 2019 aportada por **RAPPI S.A.S.** a través del radicado 19-198723- 9 (marcado como confidencial), se evidencia que recibieron un total de cincuenta y cinco mil novecientos sesenta y cinco (55.965), quejas motivadas en su mayoría, por cancelaciones por parte de **RAPPI S.A.S.** 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.

Así las cosas, advierte esta Dirección una presunta vulneración por parte de **RAPPI S.A.S.**, a las normas de protección al consumidor relacionadas con la calidad en la prestación del servicio, dispuesta en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, tras evidenciar que las peticiones, quejas y reclamos recibidas por **RAPPI S.A.S.** del 1 de enero al 24 de diciembre de 2019, están motivadas en presuntos incumplimientos por parte de la investigada, tras la venta de productos a través de la plataforma de comercio electrónico RAPPI.

14.1.3. Que está Dirección requirió de oficio a **RAPPI S.A.S.** con la finalidad de conocer el funcionamiento de la plataforma y las alternativas implementadas para asegurar el cumplimiento de las características atribuidas a su servicio de comercialización y entrega. Así pues, de la revisión que está Dirección realizó a la información y documentación que la investigada presentó junto a su respuesta mediante el radicado 20-66537-1, se encontró que del 1 al 10 de marzo de 2020, **RAPPI S.A.S.** recibió trescientas cincuenta y un (351) peticiones, quejas y reclamos de consumidores, por demoras en la entrega de los pedidos realizados a través de su plataforma de comercio electrónico, **RAPPI**, debido a lo cual, advierte esta Dirección una presunta vulneración por parte de **RAPPI S.A.S.**, a las normas de protección al consumidor relacionadas con la calidad en la prestación del servicio, dispuesta en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el numeral 1 del artículo 5 de la mentada ley.

14.1.4. De manera similar, en relación con el servicio de comercialización y entrega de productos que **RAPPI S.A.S.** prestó a través de su plataforma de comercio electrónico el día 10 de mayo de 2020, fecha en la que se festejó el día de la madre en Colombia, procedió esta Dirección a analizar la información y documentación aportada por la investigada en desarrollo de la averiguación preliminar, a través del radicado 20-119287-1, en el que manifestó que dada la alta demanda de pedidos recibidos el día 10 de mayo de 2020, la plataforma **RAPPI** sufrió una caída y se presentaron incumplimientos en la entrega de algunos pedidos realizados por los consumidores, que se vieron reflejados mediante la entrega tardía, la no entrega, la entrega incompleta, la entrega de un producto diferente al solicitado, entre otros.

Debido a lo cual, de la relación en Excel aportada por la investigada, encontró esta Dirección que solo el día 10 de mayo de 2020, **RAPPI S.A.S.** registró cuatro mil seiscientos dos (4.602) peticiones, quejas y reclamos motivadas en incumplimientos en la entrega de productos, detallados de la siguiente forma:

Cuadro No. 2, (Información extraída de la relación de peticiones, quejas y reclamos aportada por **RAPPI S.A.S.**, mediante Rad. 20-119287-1 Anexo 1)

MOTIVO	CANTIDAD
Producto no llegó	1064
Producto llegó incompleto	1562
Cancelación del pedido por parte de RAPPI	968
No dejó hacer pedidos	546
Llegó un producto diferente	346
No aplicó promoción	92
Devolución pendiente	21
Producto demoró o llegó después de lo informado	2
Cobro duplicado	1
TOTAL	4.602

Los incumplimientos anteriormente descritos, se presentaron, de conformidad con lo expresado por **RAPPI S.A.S.** mediante el radicado 20-119287-1, porque su plataforma de comercio electrónico el día 10 de mayo de 2020, al parecer, no tuvo la capacidad para crear algunas órdenes de los consumidores, no informó a los consumidores sobre las modificaciones que se presentaron en los tiempos de entrega y no permitió que los consumidores pudiesen hacer seguimiento al estado de sus órdenes; también porque, al parecer, algunos de sus Aliados (específicamente, restaurantes) no estaban disponibles para recibir más órdenes, ya que su operación se encontraba saturada y porque algunas órdenes no pudieron ser aceptadas por los **RAPPITENDEROS** o por los Aliados Comerciales.

Valga aclarar que, al parecer, no todas las inconformidades que se presentaron por los incumplimientos en las entregas del día 10 de mayo de 2020 quedaron registradas bajo una petición, queja o reclamo, teniendo en cuenta que **RAPPI S.A.S.** se comunicó con los consumidores, con posterioridad a lo sucedido, vía correo electrónico, redes sociales y llamadas telefónicas, presuntamente, con la finalidad de informar los daños que sufrió la plataforma y de recibir solicitudes con relación al servicio o incumplimiento del servicio, del día 10 de mayo de 2020, para que los consumidores no tuviesen que instaurar una petición, queja o reclamo para dar solución a su inconveniente, tal y como lo indicó en su respuesta, de la siguiente forma:

Extracto de la respuesta de **RAPPI S.A.S.** al cuarto punto del requerimiento; Radicado: 20-119287-1

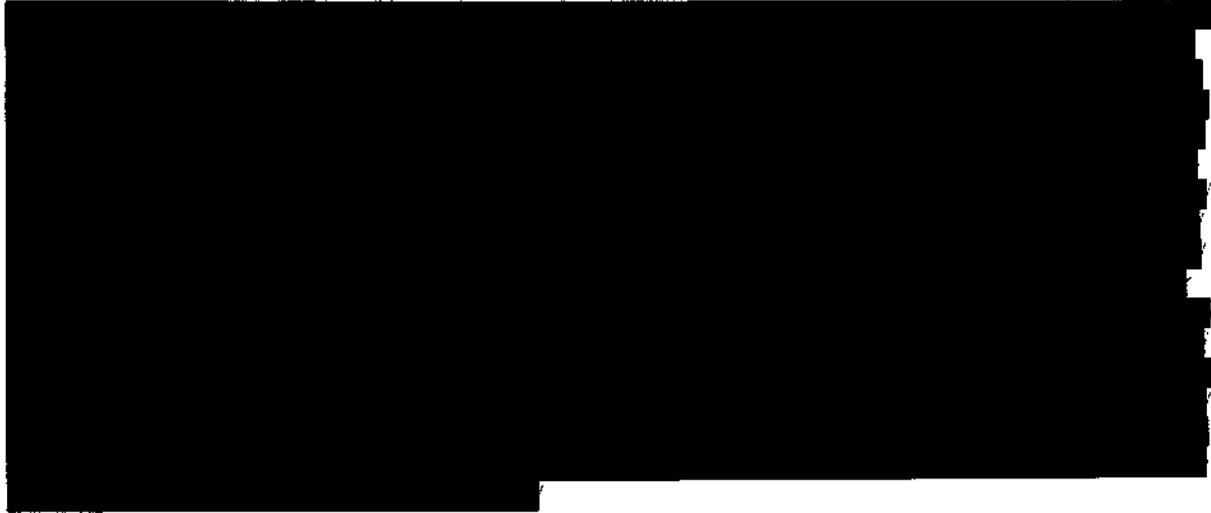
(...)

(2) Comunicación por correo electrónico a toda la base de usuarios de la Plataforma que sufrió un inconveniente, es decir, aproximadamente treinta y cuatro mil (34.000) usuarios. **Rappi** se comunicó directamente con los usuarios sin necesidad de que ellos instauraran una PQR;

- (3) Llamadas a toda la base de usuarios de la Plataforma que sufrió un inconveniente para asegurarse de brindar una solución y garantizar sus derechos;
 - (4) Social listening a través de redes sociales para identificar usuarios impactados e inmediatamente proceder a brindarles una solución.
- (...)

En virtud de lo expuesto, advierte esta Dirección una presunta vulneración por parte de **RAPPI S.A.S.**, a las normas de protección al consumidor relacionadas con la calidad en la prestación del servicio, dispuesta en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el numeral 1 del artículo 5 de la mentada ley, al observar presuntos incumplimientos por parte de **RAPPI S.A.S.** el día 10 de mayo de 2020, fecha en la que se celebró el día de la madre en Colombia, con la entrega de los pedidos realizados por los consumidores a través de su plataforma RAPPI, por la entrega tardía, la no entrega, la entrega incompleta o la entrega de un producto diferente al solicitado, por la cancelación del pedido por parte de RAPPI luego de haber debitado el valor del pedido y la imposibilidad de hacer pedidos.

14.1.5. Por otra parte, evidencia esta Dirección una presunta falla de calidad sobre el servicio que presta **RAPPI S.A.S.**, respecto de la venta y entrega de bebidas alcohólicas, por cuanto, dicho servicio al parecer no garantiza que los menores de edad no tengan acceso a este tipo de productos, lo cual se corrobora a partir de la información y documentación aportada por la investigada a través del radicado 19-198723-9 (marcado como confidencial), en donde se evidencia que,



Lo cual, se soporta con la queja presentada por la señora [REDACTED], en su calidad de fundadora de la Organización No Gubernamental RED PAPAZ, bajo radicado número 19-302676-0, a través de la cual denuncia la presunta venta y entrega de bebidas alcohólicas a menores de edad, para lo cual, remitió un video en que se muestra a una mujer (domiciliaria de la investigada) entregando dos botellas de licor a un joven, de nombre [REDACTED] de 15 años, sin que se evidencie que el adolescente muestre su documento de identidad, para validar que en efecto sea mayor de edad.

Conforme a lo anterior, advierte esta Dirección que el servicio que ofrece **RAPPI S.A.S.**, aparentemente no satisface las características inherentes y atribuidas, por cuanto no garantiza que los menores de edad no tengan acceso a productos nocivos para la salud, como son las bebidas embriagantes, por lo cual corresponde a esta Dirección verificar si el servicio prestado por la investigada cumple o no con lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011.

Teniendo en cuenta los anteriores supuestos fácticos, esta Dirección deberá verificar si la calidad del servicio otorgado por **RAPPI S.A.S.**, cumple con las características inherentes y atribuidas por la información que se suministra sobre ellas, conforme a lo previsto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011.

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.

(...)

Así las cosas, del análisis que esta Dirección realizó a las piezas publicitarias de bebidas alcohólicas aportadas por la investigada, mediante USB radicada con el número 19-198723-9, en respuesta al requerimiento que se le realizó mediante los radicados 19-198723-2, 19-198723-3, 19-198723-5, 19-198723-7 y 19-198723-8, para que suministrará las pautas

publicitarias de bebidas alcohólicas emitidas durante los últimos seis (6) meses a través del portal RAPPI, se advierte que



(...)

Por otra parte, de la visita radicada con el número 19-198723-10, que adelantó esta Dirección el día 27 de abril de 2020, a las páginas web: <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-deuso-de-plataformarappi-2/>, <http://www.rappi.com.co/> (redes sociales Instagram y Facebook), <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataformavirtual-rappitendero/> y <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones/>, se encontró que la investigada ha emitido piezas publicitarias de bebidas alcohólicas en sus redes sociales, particularmente en Instagram, sin la advertencia sobre la nocividad para la salud del consumo de los productos publicitados y sin indicarse la necesidad de consultar las condiciones para su uso correcto y las contraindicaciones, como se muestra en la imagen que a continuación se reproduce, que corresponde a la captura de pantalla tomada a un video publicado por **RAPPI S.A.S.** el día 13 de septiembre de 2019, así:

(...)

En virtud de los supuestos fácticos expuestos, advierte esta Dirección una presunta vulneración a las normas de protección al consumidor por parte de RAPPI S.A.S., por aparentemente emitir publicidad de productos nocivos para la salud, como lo son las bebidas alcohólicas, sin advertirse de manera clara y suficiente sobre su nocividad o peligrosidad y sin indicarse la necesidad de consultar las condiciones para su correcto consumo y sus contraindicaciones, situación frente a la cual se podría configurar una información insuficiente que podría generar una publicidad engañosa.

Así las cosas, esta Dirección deberá verificar si la información y publicidad de bebidas alcohólicas emitida RAPPI S.A.S., cumple con lo previsto en los artículos 23, 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo establecido en el numeral 2.1.2.4 del Capítulo 2 del Título II 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.

(...)

14.3.1. Que **RAPPI S.A.S.** manifestó a través del radicado 20-66537-1 del 8 de abril de 2020, que el tiempo de entrega que informa a los consumidores de manera previa a la toma de la decisión de consumo, es estimado y que no puede ser tomado como exacto, teniendo en cuenta que el mismo puede variar constantemente con posterioridad a la realización del pedido, dependiendo de la fluctuación de las variables de las que depende su estimación, las cuales son: la capacidad operacional del Aliado, el punto de venta escogido y la demanda de los productos, la oferta de RAPPITENDEROS y el histórico de órdenes procesadas.

No obstante, al revisar la información que RAPPI S.A.S. suministra a los consumidores sobre los tiempos de entrega, advierte esta Dirección que la investigada no le menciona al consumidor que el tiempo para la entrega del pedido, que le indica, es estimado, por lo cual se entiende que el mismo es real o exacto, tal y como se muestra en la imagen que a modo de ilustración, se reproduce a continuación:

(...)

En este sentido, advierte esta Dirección que la información que RAPPI S.A.S. suministra a los consumidores referente a los tiempos de entrega de los productos ordenados a través de su plataforma, puede inferir en la decisión de consumo y en consecuencia, inducir en error al consumidor, pues, se encontró que la investigada, al parecer, cuando informa el tiempo de entrega, no aclara que éste no es real o exacto, sino estimado, así como tampoco enuncia que al momento de realizarse el pedido, el tiempo inicialmente informado, puede incrementarse considerablemente y constantemente, dependiendo de la fluctuación de diferentes variables.

Lo expuesto, también se puede observar de la relación de las peticiones, quejas y reclamos recibidas por la investigada, por demoras en la entrega de los pedidos del 1 al 10 de marzo de 2020, radicada bajo el número 20-66537-1, teniendo en cuenta que en varias de las

trecientas cincuenta y un (351) PQRS, los consumidores manifiestan de manera expresa que la entrega de su orden se dio después del que el tiempo de entrega informado en la plataforma, caducara.

A continuación, se reproducen a modo de ilustración, unas peticiones extraídas de la citada relación:

(...)

Por lo cual, advierte esta Dirección una presunta vulneración por parte de **RAPPI S.A.S.**, a las normas de protección al consumidor relacionadas con la información que se debe suministrar a los consumidores sobre los tiempos de entrega de los bienes o la prestación de los servicios, que aseguren que el consumidor puede tomar una decisión de consumo libre y sin ser inducido en error, contempladas en el literal c) del artículo 50 y en el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011, al aparentemente **RAPPI S.A.S.** informar un tiempo de entrega estimado y no exacto o real, que puede variar luego de que el consumidor ha realizado un pedido a través de la plataforma RAPPI.

14.3.2. De igual forma, en relación con la información que **RAPPI S.A.S.** suministró a los consumidores sobre los tiempos de entrega de los productos y del procedimiento que siguió para establecerlos el día 10 de mayo de 2020, fecha en la que se celebró el día de la madre en Colombia, la investigada manifestó en su respuesta radicada con el número 20-119287-1, que estableció el tiempo de entrega teniendo en cuenta la disponibilidad de los RAPPITENDEROS, la capacidad operativa de los Aliados Comerciales, la demanda en la solicitud de órdenes por parte de los consumidores y las distancias entre el punto de recogida de los productos y el punto de entrega final de la orden.

Igualmente, **RAPPI S.A.S.** señaló en su respuesta que el tiempo de entrega que inicialmente informó a los consumidores el día 10 de mayo de 2020, cambió, pero que debido a los inconvenientes tecnológicos presentados ese día, la plataforma no estuvo en la capacidad de actualizar los tiempos de entrega inicialmente informados, de conformidad con las modificaciones y variaciones acontecidas ese día, lo que provocó que los consumidores no pudiesen tener acceso a información correcta y oportuna, sobre la hora de entrega de su pedido, al expresar de manera textual, que:

(...)

En virtud de lo expuesto, encuentra esta Dirección una presunta infracción por parte de **RAPPI S.A.S.**, a las normas de protección al consumidor relacionadas con la información que debe suministrar a los consumidores sobre los tiempos de entrega del bien o la prestación del servicio, que aseguren que el consumidor puede tomar una decisión de consumo libre e informada y sin ser inducidos en error, contempladas en el literal c) del artículo 50 y en el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011, al aparentemente **RAPPI S.A.S.** haber informado a los consumidores el día 10 de mayo de 2020, de manera previa a la toma de la decisión de consumo, un tiempo de entrega que incrementó constantemente luego de realizar el pedido, y sin siquiera informarle las modificaciones que se iban presentando en el tiempo de entrega inicialmente indicado.

14.3.3. De otra parte, **RAPPI S.A.S.** manifestó a través del radicado 20-16890-2, que los términos, condiciones y restricciones del servicio RAPPIFAVOR se encuentran publicados en el enlace: <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones> y que la información que suministra a los consumidores al respecto, a través de la aplicación móvil RAPPI, es la siguiente:

(...)

En relación con lo anterior, encuentra esta Dirección que la única información que **RAPPI S.A.S.** suministra a los consumidores a través de su aplicación móvil, referente a las condiciones del servicio RAPPIFAVOR, es la plasmada en la imagen anteriormente reproducida, la cual, corresponde a información sobre los costos del servicio en mención, por lo cual, se advierte que **RAPPI S.A.S.**, al parecer, no tiene publicados de manera completa, los términos, condiciones y restricciones generales del servicio RAPPIFAVOR en la aplicación móvil de RAPPI, como lo es, el valor comercial máximo permitido, del producto que será enviado a través del servicio RAPPIFAVOR, que el RAPPITENDERO en su libre autonomía y discreción, puede rechazar transportar algún paquete o documento, las obligaciones del consumidor, entre otras, como si se encuentran publicadas en el enlace <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones>, al cual, esta Dirección le realizó una visita de inspección el día 27 de abril de 2020 (Rad. 19-198723-10).

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

A continuación, se reproducen a modo de ilustración, dos (2) fragmentos de la visita realizada a la página de internet en mención, en los que se observan los términos y condiciones generales, completos, del servicio RAPPIFAVOR, de la siguiente manera:

(...)

En la referida visita, esta Dirección también inspeccionó la página web <http://www.rappi.com.co/>, que corresponde a la página de internet utilizada por RAPPI S.A.S. para la comercialización de productos y para ofrecer sus servicios, con la finalidad de verificar que los términos, condiciones y restricciones generales del servicio RAPPIFAVOR estuvieran publicados en dicho medio electrónico, no obstante, no se encontraron publicadas las condiciones del referido servicio en ninguno de los enlaces disponibles al interior de la página web <http://www.rappi.com.co/>.

En virtud de lo expuesto, encuentra esta Dirección una presunta infracción por parte de RAPPI S.A.S. a las normas de protección al consumidor contempladas en el literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, al aparentemente RAPPI S.A.S. no tener publicados los términos, condiciones y restricciones de uso del servicio RAPPIFAVOR en los medios que utiliza para ejercer actos de comercio electrónico, específicamente, en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación móvil RAPPI.

14.3.4. Por otra parte, RAPPI S.A.S. informó a través del radicado 19-198723-9, que

[REDACTED]

No obstante, advierte esta Dirección que al parecer, RAPPI S.A.S. no tiene publicados los términos y condiciones para la comercialización de productos nocivos para la salud, en los medios que utiliza para ejercer actos de comercio electrónico, como lo son, su aplicación móvil RAPPI y su página web <http://www.rappi.com.co/>.

Lo anterior, por cuanto, si bien es cierto, RAPPI S.A.S. manifestó en su respuesta radicada con el número 19-198723-9, que

[REDACTED]

(...)

Respecto a los términos y condiciones para la comercialización de bebidas alcohólicas, esta Dirección, en la visita de inspección que realizó el día 27 de abril de 2020 a la página web <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones> (Rad. 19-198723-10), encontró que RAPPI S.A.S. tiene estipulado que no será responsable por la entrega sin estampilla de una bebida alcohólica, por el consumo de alcohol por parte de menores de edad, que no es el expendedor de bebidas alcohólicas, entre otras, las cuales se encuentran plasmadas en los dos (2) extractos de la referida visita, que a modo de ilustración se reproducen a continuación:

(...)

En la citada visita administrativa, esta Dirección inspeccionó la página web <http://www.rappi.com.co/>, que corresponde a uno de los medios electrónicos utilizados por RAPPI S.A.S. para ejercer sus actos de comercio electrónico, encontrando que la investigada aparentemente, no tiene publicados los términos y condiciones para la comercialización de bebidas alcohólicas, en ninguno de los enlaces visibles y disponibles al interior de la página <http://www.rappi.com.co/>.

Así las cosas, encuentra esta Dirección una presunta infracción por parte de RAPPI S.A.S. a las normas de protección al consumidor contempladas en el literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, al aparentemente RAPPI S.A.S. no tener publicados los términos, condiciones y restricciones de la comercialización de bebidas alcohólicas, en los medios que utiliza para ejercer actos de comercio electrónico, específicamente, en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación móvil RAPPI.

De los anteriores supuestos facticos, esta Dirección deberá verificar si RAPPI S.A.S, en su condición de proveedor de productos a través de medios electrónicos., cumple con las obligaciones previstas en 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.

(...)

Así las cosas, esta Dirección conoció la queja presentada por la señora [REDACTED] en contra de RAPPI S.A.S. el día 31 de octubre de 2019, radicada con el número 19-198723-0, las quejas del señor [REDACTED] radicadas con los números 19-293571-0 y 19-297219-0, así como la queja presentada por la señora [REDACTED] en su calidad de fundadora de la Organización No Gubernamental RED PAPAZ, radicada el día 30 de diciembre de 2019 con el número 19-302676-0, en la que manifiestan que RAPPI S.A.S aparentemente, está ofreciendo y comercializando bebidas alcohólicas a menores de edad; razón por la cual, se requirió a RAPPI S.A.S. mediante los radicados 19-198723-2, 19-198723-3, 19-198723-5, 19-198723-7 y 19-198723-8, para que informará, entre otras cosas, sobre las medidas de seguridad que tiene implementadas tanto en la aplicación móvil como en la página web RAPPI, para dar cumplimiento al artículo 52 de la Ley 1480 de 2011.

En virtud de lo expuesto, la investigada suministró a través del radicado 19-198723-9,

[REDACTED]

En el mismo sentido, RAPPI S.A.S., informó que ha implementado unas medidas de seguridad tanto en la aplicación móvil como en su página web, para dar cumplimiento al artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, que son, para la aplicación móvil, la emisión de un mensaje informativo en el que indica al consumidor que debe ser mayor de edad para poder adquirir una bebida alcohólica y le informa la edad que está registrada en la aplicación, así como la verificación de edad que debe realizar el RAPPITENDERO cuando va a entregar algún producto nocivo para la salud, para lo cual, el domiciliario deberá registrar en la aplicación móvil si el consumidor que recibe el producto esta sobrio o no y la fecha de nacimiento de éste.

(...)

No obstante, esta Dirección advierte que las medidas de seguridad implementadas por RAPPI S.A.S., al parecer, no son suficientes o eficientes, teniendo en cuenta que en la visita de inspección realizada a la página web <http://www.rappi.com.co/> el día 13 de enero de 2020, radicada con el número 19-198723-6, se encontró que cuando un consumidor desea adquirir un producto nocivo para la salud, como lo es una bebida alcohólica o un producto de tabaco, RAPPI S.A.S. le pregunta, de manera textual '¿Eres mayor de edad? SI NO' y al seleccionar 'no' el producto no se deja agregar al carrito de compras, pero al dar clic sobre el 'si', el producto es agregado al carrito de compras, sin que se haya observado que la investigada valide la veracidad de lo escogido por el consumidor, sin que se pregunte la edad del mismo y sin que se confirme que efectivamente quien desea adquirir la bebida alcohólica, es una persona mayor de edad.

Lo anterior, se puede observar en la secuencia de capturas de pantalla tomadas de la visita de inspección realizada el día 13 de enero de 2020, a la página web: <http://www.rappi.com.co/>, radicada con el número 19-198723-6, que a modo de ilustración se reproducen a continuación:

(...)

Lo expuesto, también lo observó esta Dirección de la queja que la señora [REDACTED] en su calidad de fundadora de la Organización No Gubernamental RED PAPAZ, presentó el día 30 de diciembre de 2019, radicada con el número 19-302676-0, en la que se denuncia la presunta venta y entrega de bebidas alcohólicas al menor de 15 de años, de nombre [REDACTED] el día 20 de octubre de 2019, para lo cual, aportó como soporte documental un video en el que se muestra a una mujer entregando dos botellas a un joven, sin que se evidencie que el joven muestre su documento de identidad, la fotografía de dos botellas de 'Smirnoff', la captura de pantalla del pedido de dos botellas de 'Smirnoff' a

través de la plataforma RAPPI y la captura de pantalla de la notificación de pedido de licores entregado por RAPPI, las cuales, se reproducen a continuación, a modo de ejemplo:
(...)

En virtud de lo expuesto, advierte esta Dirección que si bien es cierto, **RAPPI S.A.S.** tiene implementadas unas medidas en su aplicación móvil y en su página web, para evitar la venta de productos nocivos para la salud a menores de edad, como lo son las bebidas alcohólicas y los cigarrillos, éstas, presuntamente, no son suficientes para dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, toda vez que, al parecer, las medidas se limitan a preguntar a los consumidores si son o no mayores de edad, sin cotejar o verificar la veracidad de la información suministrada por el consumidor.

Así las cosas, esta Dirección deberá verificar si las medidas de seguridad implementadas por RAPPI S.A.S., para proteger a los niños, niñas y adolescentes, en las ventas que se realizan utilizando herramientas de comercio electrónico, cumplen con los parámetros establecidos en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, en relación con la adopción de las medidas posibles y suficientes para verificar la edad de este grupo de consumidores. (...)"

DÉCIMO NOVENO: Que estando dentro del plazo señalado para presentar descargos a la Resolución N°82505 del 24 de diciembre de 2020 la sociedad investigada, a través de apoderado, radicó escrito de descargos mediante el número de radicado 19-198723-26 del 9 de junio de 2021, en el que expuso sus consideraciones respecto de las presuntas infracciones imputadas en la formulación de cargos. Así mismo, aportó las pruebas que consideró pertinentes a través de los consecutivos números 19-198723-25, 19-198723-26, 19-198723-27, 19-198723-28, 19-198723-29, y 19-198723-30 del 9 de junio de 2021, los cuales se encuentran sometidos a reserva por solicitud de la investigada³.

VIGÉSIMO: Que la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor mediante la Resolución N°67781 del 21 de octubre de 2021⁴, ordenó la apertura del periodo probatorio, incorporó y otorgó valor probatorio a los documentos recaudados en la etapa de averiguación preliminar y relacionados en la Resolución N°82505 del 24 de diciembre de 2020. Así mismo, reconoció como tercero interesado a la CORPORACIÓN COLOMBIANA DE PADRES Y MADRES - RED PAPAZ NIT 8301304223, representada legalmente por la señora [REDACTED], identificada con la cédula de ciudadanía 39.694.233 y le concedió un término de diez (10) días hábiles para que allegara la información o las pruebas que estimara pertinentes. Finalmente, decretó pruebas de oficio, con el fin de que la investigada en un término de diez (10) días hábiles contados a partir de la comunicación de la resolución en mención, aportara lo siguiente:

"(...) **9.1. Documentales:**

9.1. Allegar Balance General vigencias 2019 y 2020, firmados por el Revisor Fiscal.

9.2 Adjuntar Estado de Resultados correspondiente a los años 2019 y 2020, firmados por el Revisor Fiscal.

9.2.3 Aportar relación de ventas de todos los productos comercializados a través del servicio denominado 'RAPPI FAVOR', durante el mes de julio de 2019. Deberá indicar como mínimo: fecha de transacción, costo de envío, cobros adicionales y valor total cancelado. Esta información debe ser presentada en formato Excel (.xls), vía email.

9.2.4 Aportar Relación de ventas con ocasión a las promociones denominadas: 'Drink Friday Hasta 20% Dto' y 'Pide tu six pack de Poker con un 10% de dcto'. Deberá indicar como mínimo: fecha de transacción, valor productos, costo de envío, propina y valor total del envío. Esta información debe ser presentada en formato Excel (.xls), vía email.

9.2.5 Aportar relación de ventas de todos los productos y servicios comercializados en el mes de mayo de 2020. Deberá indicar como mínimo: fecha de transacción, valor productos, costo de envío, propina y valor total del envío. Esta información debe ser presentada en formato Excel (.xls), vía email." (sic)

VIGÉSIMO PRIMERO: Que dentro del término otorgado en la Resolución N°67781 del 21 de octubre de 2021 la señora [REDACTED], en su calidad de representante legal de

³ A la cual se accedió mediante la Resolución N°67781 del 21 de octubre de 2021.

⁴ Comunicada en debida forma el 21 de octubre de 2021, según consta en certificación expedida por la Coordinadora del Grupo de Notificaciones y Certificaciones rad.19-198723-40 del 26 de octubre de 2021 que es visible tanto en el plenario como en el Sistema de Trámites y Gestión Documental de esta Entidad.

CORPORACIÓN COLOMBIANA DE PADRES Y MADRES - RED PAPA, allegó unas pruebas al presente procedimiento, las cuales fueron radicadas mediante el número 19-198723-39 del 26 de octubre de 2021.

VIGÉSIMO SEGUNDO: Que de igual manera, dentro del término otorgado en la Resolución N°67781 del 21 de octubre de 2021, la investigada allegó la información solicitada a través del consecutivo identificado con el número 19-198723-43 del 8 de noviembre de 2021, la cual se encuentra sometida a reserva⁵.

VIGÉSIMO TERCERO: Que la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor mediante la Resolución N° 75168 del 23 de noviembre de 2021⁶, incorporó y otorgó valor probatorio a todas y cada una de las pruebas recaudadas durante las etapas del presente procedimiento administrativo sancionatorio, cerró el término probatorio y corrió traslado a la investigada y al tercero interesado para que presentaran sus alegatos de conclusión.

VIGÉSIMO CUARTO: Que pese a lo anterior, la investigada no allegó sus alegatos de conclusión dentro de la forma y términos señalados. Por su parte, el tercero interesado, estando dentro del término concedido, allegó el escrito correspondiente mediante el radicado número 19-198723-51 del 7 de diciembre de 2021.

VIGÉSIMO QUINTO: Que dentro de esta investigación administrativa se tuvieron como pruebas las siguientes:

25.1. Pruebas incorporadas con ocasión de la averiguación preliminar:

- Queja presentada por la señora [REDACTED] en contra de **RAPPI S.A.S.**, radicada con el número 19-198723-0 del 31 de octubre de 2019.
- Requerimientos de información números 19-198723-2 y 19-198723-3 del 29 de noviembre de 2019 dirigidos a **RAPPI S.A.S.**
- Requerimiento de información número 19-198723-5 del 26 de diciembre de 2019, dirigido a **RAPPI S.A.S.**
- Informe y CD de la inspección administrativa de visita a la página web <http://www.rappi.com.co/>, realizada por esta Dirección, el día 13 de enero de 2020, radicado con el número 19-198723-6.
- Requerimiento de información dirigido a **RAPPI S.A.S.** el 29 de noviembre de 2019, radicado con los números 19-198723-7 y 19-198723-8.
- Respuesta de **RAPPI S.A.S.** del 22 de enero de 2020, radicada con el número 19-198723-9, la cual a su vez incluye como anexos:

[REDACTED]

⁵ A la cual se accedió mediante la Resolución N°75168 del 23 de noviembre de 2021, por solicitud del sujeto pasivo.

⁶ Comunicada en debida forma el 23 de noviembre de 2021, según consta en certificación expedida por la Coordinadora del Grupo de Notificaciones y Certificaciones rad. 19198723-50 del 2 de diciembre de 2021 que es visible tanto en el plenario como en el Sistema de Trámites y Gestión Documental de esta Entidad.

- [REDACTED]
- Quejas presentadas por el señor [REDACTED] en contra de RAPPIS.A.S., trasladadas a esta Entidad por la Dirección para la Gestión Políciva, radicadas con los números 19-293571-0 del 17 de diciembre de 2019 y 19-297219-0 del 20 de diciembre de 2019.
 - Queja presentada por la señora [REDACTED] en contra de RAPPI S.A.S., trasladada a esta Entidad por la Coordinadora del Grupo de Atención al Ciudadano de la Superintendencia de Sociedades, radicada con el número 19-302676-0 del 30 de diciembre de 2019. La misma incluye una carpeta con los siguientes anexos:
 - Un archivo en formato .pdf denominado "Comunicado Oficial No. E-2019-003691-DIPRO"
 - Un archivo en formato .pdf denominado "Prueba #1"
 - Una imagen titulada "Prueba #2"
 - Una imagen titulada "Prueba #3"
 - Un archivo en formato .pdf denominado "Prueba # 4"
 - Un archivo en formato .pdf denominado "Prueba #5"
 - Un archivo en formato .pdf denominado "Prueba #6"
 - Un archivo en formato .pdf denominado "Prueba #7"
 - Un archivo en formato .pdf denominado "Prueba #8"
 - Un archivo en formato .pdf denominado "Prueba #9"
 - Un archivo en formato Word titulado "Prueba #10"
 - Una carpeta denominada "Prueba #11", que a su vez incluye dos archivos en formato Word titulados "Rappi carta a la super" y "Prueba#11".
 - Una carpeta denominada "Prueba # 12", que a su vez incluye cuatro (4) imágenes correspondientes a un pedido de bebidas alcohólicas a través de la plataforma de la investigada.
 - Un video denominado "Prueba#13"
 - Requerimiento de información dirigido a RAPPI S.A.S., el 23 de enero de 2020, radicado con los números 20-16890-0 y 20-16890-1.
 - Respuesta de RAPPI S.A.S. del 11 de febrero de 2020, radicada con el número 20-16890-2, la cual incluye como anexos:
 - Una carpeta titulada "4. Piezas publicitariasRappiFavor", la cual a su vez contiene
 - Una carpeta titulada "5. Evidencia pedidos", la cual a su vez contiene
 - Una carpeta titulada "6. Peticiones, quejas y reclamos", la cual a su vez contiene:
 - Ocho (8) imágenes correspondientes a la publicidad empleada por la investigada.
 - Un archivo en formato Excel denominado "4. Piezas Publicitarias Rappifavor"
 - Requerimiento de oficio dirigido a RAPPI S.A.S. el 18 de marzo de 2020, radicado con los números 20-66537-0 y 20-66537-1.
 - Respuesta de RAPPI S.A.S. del 8 del 8 de abril de 2020, radicada con el número 20-66537-5, la cual incluye como anexos:
 - Una imagen denominada "Anexo 1 Radicación 20-669537-1" relacionada con el tiempo estimado de entrega.
 - Un video titulado "Anexo 2- Radicación 20-66537-1", sobre el procedimiento de ingreso al canal de soporte en la plataforma de la investigada.
 - Un archivo en formato Excel denominado "Anexo 3 Radicación 20-669537", contentivo a la relación de peticiones, quejas y reclamos allegadas a la investigada.
 - Informe y CD de la inspección administrativa de visita a las páginas web:<https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataformarappi-2/>, <http://www.rappi.com.co/> (redes sociales Instagram y Facebook), <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataformavirtualrappitendero/> y

<http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones/> realizada por el Grupo de Trabajo de Supervisión Empresarial y Seguridad del Producto adscrito a la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor el día 27 de abril de 2020, radicado con el número 19-198723-10.

- Requerimiento de oficio dirigido a RAPPI S.A.S. el 11 de mayo de 2020, radicado con el número 20-119287-0.
- Respuesta de RAPPI S.A.S. del 21 de mayo de 2020, radicada con el número 20-119287-1, la cual contiene como anexos:
 - Un archivo en formato Excel denominado "Anexo 1 Preguntas 7, 8 y 12"
 - Un archivo en formato Excel denominado "Anexo 2ª -Pregunta 11"
 - Una carpeta denominada "", la cual a su vez incluye:
 - Un archivo en formato .pdf titulado "Reverásos totales enviados 10mayo OJO no son los de la caída necesariamente"
 - Un archivo en formato Excel titulado "Reverásos ordenes cerradas 10mayo"
 - Un archivo en formato Excel titulado "Órdenes con reveráso en Rappipay 10mayo"
 - Un archivo en formato Excel titulado "Anulación de transacciones 10mayo"
- Copia del Certificado de Existencia y Representación Legal de **RAPPI S.A.S.**

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

- Correo electrónico alejandro.acevedo@garrigues.com para contactenos@sic.gov.co, radicado con el número 19-198723-00025-0000 del 9 de junio de 2021, con Archivo comprimido titulado: "Anexos 1,2,3,4", el cual incluye:
 - Archivo pdf titulado: "Anexo No. 1- Poder", en cuatro (4) páginas con poder especial otorgado por [REDACTED], identificado con la cédula de ciudadanía número 1.136.881.540 actuado en nombre propio y en calidad de representante legal de la sociedad Rappi SAS NIT: 900834898-9 a favor de JOSÉ MIGUEL DE LA CALLE RESTREPO, identificado con la cédula de ciudadanía número 80.417.606 y T.P No. 66.218 del Consejo Superior de la Judicatura; ALEJANDRO ACEVEDO ESCALLÓN, identificado con la cédula de ciudadanía número 1.018.414.692 y T.P No. 196.243 del Consejo Superior de la Judicatura; ADOLFO ENRIQUE GÓMEZ TRUJILLO, identificado con la cédula de ciudadanía número 1.018.443.088 y T.P No. 246.882 del Consejo Superior de la Judicatura; NATALIA SERRANO REY, identificada con la cédula de ciudadanía número 1.020.795.686 y T.P No. 333.071 del Consejo Superior de la Judicatura para que en el orden expuesto actúen en nombre y representación de la sociedad en el trámite de la referencia.
 - Archivo pdf titulado: "Anexo No. 2- CERLRappi", en catorce (14) páginas, con copia del certificado de existencia y representación legal de RAPPI S.A.S. Nit: 900.843.898-9, expedido por la Cámara de Comercio de Bogotá el 8 de junio de 2021 Hora 11:10:57.
 - Archivo pdf titulado: "Anexo No. 3- Términos y Condiciones (Específicos) BotonesSecciones Rappi", en cinco (5) páginas, con información sobre "TÉRMINOS & CONDICIONES (ESPECÍFICOS) BOTONES/SECCIONES RAPPI".
 - Archivo pdf titulado: "Anexo No. 4- Términos y Condiciones de Uso de Plataforma Rappi", en trece 13 páginas, con información sobre Términos y Condiciones de Uso de Plataforma Rappi <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataforma-rappi-2/>
- Correo electrónico alejandro.acevedo@garrigues.com para contactenos@sic.gov.co, radicado bajo el número 19-198723-00026-0000 del 9 de junio de 2021, con Archivo pdf titulado: "Legal - R- Descargos Rappi Res.82505-V-08-2021", con memorial de referencia "Presentación de Descargos", suscrito por ALEJANDRO ACEVEDO ESCALLÓN, en su condición de apoderado de RAPPI S.A.S., en cincuenta y seis (56) páginas, en el cual formuló solicitud de confidencialidad respecto del contenido del documento de descargos y sus anexos de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 16 de la Ley 256 de 1996 y el artículo 260 de la Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina de Naciones.
- Correo electrónico alejandro.acevedo@garrigues.com para contactenos@sic.gov.co, radicado bajo el número 19-198723-00027-0000 del 9 de junio de 2021, con Archivo comprimido titulado: "Anexo No 8 - Muestra de piezas publicitarias con las leyendas correspondientes acerca de la

prohibición de venta de bebidas embriagantes a menores de edad", con cinco (5) archivos jpeg, con cinco (5) imágenes publicitarias.

- Correo electrónico alejandro.acevedo@garrigues.com para contactenos@sic.gov.co, radicados bajo el número 19-198723-00028-0000 del 9 de junio de 2021, con Archivo MP4 titulado: "Anexo No 5 de Demostración de proceso de compra de alcohol a través de la aplicación", video con un tamaño 18 MB y una duración de veinticuatro (24) segundos.
- Correo electrónico alejandro.acevedo@garrigues.com para contactenos@sic.gov.co, radicados bajo el número 19-198723-00029-0000 del 9 de junio de 2021 Archivo MP4 titulado: "Anexo No 7- Video de demostración de procedimientos que deben agotar los Rappitenderos para la entrega de bebidas embriagantes a los consumidores", video con un tamaño 24 MB y una duración de un (1) minuto y veinticuatro (24) segundos.
- Correo electrónico alejandro.acevedo@garrigues.com para contactenos@sic.gov.co, radicados bajo el número 19-198723-00030-0000 del 9 de junio de 2021, con Archivo MP4 titulado: "Anexo No 6- Video de Demostración del entrenamiento a Rappitenderos para la adecuada entrega de bebidas embriagantes a los consumidores", video con un tamaño 14 MB y una duración de un (1) minuto y treinta y nueve (39) segundos.

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

- Archivo pdf titulado: "2021.11.05 Legal- Memorial allega pruebas de oficio VF", con memorial, en dos (2) páginas, de referencia: "19-198723" "Se allegan pruebas de oficio", suscrito por ALEJANDRO ACEVEDO ESCALLÓN, identificado con la cédula de ciudadanía número 1.018.414.692 y TP 196.243 del Consejo Superior de la Judicatura.
- Archivo pdf titulado: "Legal – Balance General 2020 Rappi SAS", con Estados de Situación Financiera Separado al 31 de diciembre de 2020 -2019 Estado de Resultados Integrales separado al 31 de diciembre de 2020-2021-Rappi S.A.S- firmados por representante legal, contador público y revisor fiscal.
- Archivo pdf titulado: "Legal – Balance General 2019 Rappi SAS", con Estados Separados de situación Financiera al 31 de diciembre de 2019 -2018 y Estado Separados de Resultados Integrales años terminados al 31 de diciembre de 2019-Rappi S.A.S- firmados por representante legal, contador público y revisor fiscal.
- Archivo Excel titulado: "Legal –Rappi Prime mayo 2020V,511.2021", con una (1) hoja titulada: "CDODetallePrimeroOrden_2020-9-2", con ciento veinte mil quinientos noventa y cinco (120.595) líneas.
- Archivo Excel titulado: "Legal –Rappi costo uso de plataforma mayo 2020V112021", con una (1) hoja titulada: "CD", con treinta y dos (32) líneas.
- Archivo Excel titulado: "Legal –Rappifavor julio 2019 V4.11.2021", con una (1) hoja titulada: "CD", con cuarenta y seis mil novecientos catorce (46.914) líneas.

VIGÉSIMO SEXTO: Marco Jurídico.

A partir de las imputaciones efectuadas por este Despacho mediante la formulación de cargos en contra de **RAPPI S.A.S.**, identificada con el NIT 900.843.898-9, resulta necesario efectuar las precisiones normativas correspondientes a fin de determinar el contenido y alcance de las disposiciones presuntamente vulneradas, concretamente las establecidas en los artículos 6, 23, 29, 30, 50 en sus literales c) y d) y 52 de la Ley 1480 de 2011, así como el numeral 2.1.2.4 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

De esta manera, debe mencionarse que la Superintendencia de Industria y Comercio es competente para conocer y adelantar las investigaciones que considere pertinentes para la protección de los derechos de los consumidores, en virtud de lo señalado en los numerales 22, 39, 62 y 63 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, a saber:

"ARTÍCULO 1. FUNCIONES GENERALES. La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las funciones establecidas en la Ley 155 de 1959, el Decreto 3307 de 1963, el Decreto 1302 de 1964, los Decretos 3466 y 3467 de 1982, el Decreto 2876 de 1984, el Decreto 2153 de 1992, el Decreto 2269 de 1993, la Ley 256 de 1996, la Ley 446 de 1998, la Ley 527 de 1999, el Decreto 1130 de 1999, el Decreto 1747 de 2000, la Ley 643 de 2001, el Decreto 3081 de 2005, el Decreto 3144 de 2008, la Ley 1266 de 2008, las Leyes 1335, 1340 y 1341 de 2009,

la Ley 1369 de 2009, el Decreto 4130 de 2011, y el Decreto 4176 de 2011, y aquellas que modifiquen o adicionen las anteriores, las demás que le señalen las normas vigentes y las que le delegue el Presidente de República.

La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las siguientes funciones:

(...).

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

(...).

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

(...).

62. 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 cuyo control le compete y adoptar las medidas que correspondan conforme a la ley.

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

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

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

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

(...).

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

"ARTÍCULO 1. PRINCIPIOS GENERALES. Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente a:

(...)

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

(...).

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

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

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

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

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

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

1. Derechos:

(...)

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

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

ARTÍCULO 6. CALIDAD, IDONEIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS. Todo productor debe asegurar la idoneidad y seguridad de los bienes y servicios que ofrezca o ponga en el mercado, así como la calidad ofrecida. En ningún caso estas podrán ser inferiores o contravenir lo previsto en reglamentos técnicos y medidas sanitarias o fitosanitarias. El incumplimiento de esta obligación dará lugar a:

1. Responsabilidad solidaria del productor y proveedor por garantía ante los consumidores.
2. Responsabilidad administrativa individual ante las autoridades de supervisión y control en los términos de esta ley.
3. Responsabilidad por daños por producto defectuoso, en los términos de esta ley.

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

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

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

En cuanto a la publicidad, los artículos 29 y 30 de la normatividad en cuestión, disponen:

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

ARTÍCULO 30. PROHIBICIONES Y RESPONSABILIDAD. Está prohibida la publicidad engañosa.

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

A su turno, el numeral 2.1.2.4. del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia establece, frente a la propaganda comercial de productos nocivos para la salud, lo siguiente:

"2.1.2.4. Propaganda comercial de productos nocivos para la salud"

Sin perjuicio del cumplimiento de los requisitos señalados en la ley para productos específicos, como por ejemplo el tabaco y las bebidas alcohólicas, en la propaganda comercial de productos nocivos para la salud o que impliquen riesgos para la misma, deberá advertirse claramente sobre su nocividad o peligrosidad e indicarse la necesidad de consultar las condiciones para su uso correcto y las contraindicaciones, las cuales según lo dispuesto en el decreto 3466 de 1982 deben informarse en las etiquetas, envases o empaques, o en anexos que se incluyan dentro de éstos."

Por otra parte, el artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, establece las obligaciones para los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos, destacándose, entre otras, las siguientes:

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

(...)

c) Informar, en el medio de comercio electrónico utilizado, los medios de que disponen para realizar los pagos, el tiempo de entrega del bien o la prestación del servicio, el derecho de retracto que le asiste al consumidor y el procedimiento para ejercerlo, y cualquier otra información relevante para que el consumidor pueda adoptar una decisión de compra libremente y sin ser inducido en error.

Igualmente deberá informar el precio total del producto incluyendo todos los impuestos, costos y gastos que deba pagar el consumidor para adquirirlo. En caso de ser procedente, se debe informar adecuadamente y por separado los gastos de envío.

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

De otro lado, el artículo 52 de la Ley 1480 señala algunos requisitos que debe cumplir el productor o proveedor de bienes o servicios que se comercialicen electrónicamente, de cara a la protección de los niños, niñas y adolescentes, así:

"Artículo 52. Protección de los niños, niñas y adolescentes en comercio electrónico.

Cuando la venta se haga utilizando herramientas de comercio electrónico, el proveedor deberá tomar las medidas posibles para verificar la edad del consumidor. En caso de que el producto vaya a ser adquirido por un menor de edad, el proveedor deberá dejar constancia de la autorización expresa de los padres para realizar la transacción."

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

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

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

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

"ARTÍCULO 61. SANCIONES. *La Superintendencia de Industria y Comercio podrá imponer, previa investigación administrativa, las sanciones previstas en este artículo por inobservancia de las normas contenidas en esta ley, de reglamentos técnicos, de normas de metrología legal, de instrucciones y órdenes que imparta en ejercicio de las*

facultades que le son atribuidas por esta ley, o por no atender la obligación de remitir información con ocasión de alguno de los regímenes de control de precios:

- 1. Multas hasta por dos mil (2.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes al momento de la imposición de la sanción.*
- 2. Cierre temporal del establecimiento de comercio hasta por 180 días;*
- 3. En caso de reincidencia y atendiendo a la gravedad de las faltas, cierre definitivo del establecimiento de comercio o la orden de retiro definitivo de una página web portal en Internet o del medio de comercio electrónico utilizado;*
- 4. Prohibición temporal o definitiva de producir, distribuir u ofrecer al público determinados productos. El productor podrá solicitar a la autoridad competente, el levantamiento de esta sanción previa la demostración de que ha introducido al proceso de producción las modificaciones que aseguren el cumplimiento de las condiciones de calidad e idoneidad;*
- 5. Ordenar la destrucción de un determinado producto, que sea perjudicial para la salud y seguridad de los consumidores.*
- 6. Multas sucesivas hasta de mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, por inobservancia de órdenes o instrucciones mientras permanezca en rebeldía.*

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

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

VIGÉSIMO SÉPTIMO: Consideraciones de la Dirección:

27.1. Consideraciones previas:

Previo al estudio de fondo sobre las imputaciones fácticas endilgadas, esta Dirección considera oportuno establecer sus consideraciones con respecto a algunos de los argumentos que fueron expuestos por la investigada en su escrito de descargos radicado con el número 19-198723-26 del 9 de junio de 2021, de la siguiente manera:

27.1.1. Sobre el régimen de responsabilidad aplicable en el presente procedimiento administrativo sancionatorio.

En este punto, esta Dirección procederá a estudiar algunas de las razones de defensa planteadas por el sujeto pasivo en su escrito de descargos y que guardan relación con el régimen de responsabilidad aplicable en el caso concreto. Así pues, se tiene que el apoderado de la investigada, al referirse a la indebida formulación de la imputación fáctica N°1, manifestó:

"(...) la existencia de trescientas treinta (330) peticiones, quejas y reclamos presentadas por los Usuarios de la Plataforma en el periodo comprendido entre el 1 de julio y el 10 de diciembre de 2019, no prueban una violación del artículo 23 (sic) por parte de Rappi. En primer lugar, porque la existencia de peticiones, quejas y reclamos no es muestra de la falta de calidad en un servicio. Más aún, las peticiones, quejas y reclamos materializan una obligación de la Ley 1480, en virtud de la cual se deben disponer de canales para que los consumidores o usuarios puedan manifestar sus opiniones frente a los bienes que adquieren o los servicios que se les prestan; en segundo lugar, porque las peticiones, quejas y reclamos hacen parte del curso normal de un negocio comercial; en tercer lugar, porque no existen bases jurídicas para equiparar, como parece hacer la Dirección, el concepto de 'calidad' de un bien o servicio, establecido en la Ley 1480, con el de concepto de 'perfección'; en cuarto lugar, porque no todas las peticiones, quejas y reclamos expuestas por la Dirección se relacionan con las características inherentes o atribuidas al Rappifavor; finalmente, si la Dirección hubiese realizado un ejercicio comparativo sobre la proporción de Rappifavores sujetos a peticiones, quejas y reclamos frente a aquellos que se llevaron a cabo de forma satisfactoria, hubiese concluido que los primeros no son significativos.

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

(...)

Adicionalmente, las pruebas usadas por la Dirección para sostenerla, nuevamente, se limitan a exponer un número de peticiones, quejas y reclamos presentadas por los Usuarios de la Plataforma. Es importante insistir en este punto que las peticiones, quejas y reclamos no son una prueba idónea ni suficiente para comprobar una violación del artículo 23 de la Ley 1480, menos cuando no todas ellas se relacionan con las características inherentes o atribuidas al servicio objeto de la imputación. Usar las peticiones, quejas y reclamos como evidencia para encontrar violaciones al artículo 23 de la Ley 1480, sin ninguna consideración adicional, genera desincentivos para que las empresas estén dispuestas y abiertas a recibirlas.

(...)

Finalmente, con respecto a la formulación de cargos relacionada con el encargo de adquirir productos de Aliados Comerciales durante el día de la madre en Colombia, se echa de menos una valoración de esta Dirección sobre la existencia de una fuerza mayor relacionada no solo con una extraordinaria demanda de la Plataforma en ese día particular, sino también con la existencia de una pandemia mundial que pone una presión excepcional en plataformas virtuales como la de Rappi.(...)"

Sobre el particular, debe ponerse de presente que en materia de derecho de consumo y en lo relacionado con las facultades otorgadas a esta Dirección, se entiende que existe de por medio la protección de un interés general amparado por el artículo 78 de la Constitución Política y en cuyo desarrollo legislativo se estableció un régimen de responsabilidad de carácter objetivo. Para lo pertinente, se trae a colación lo señalado previamente por esta Delegatura en los siguientes términos⁷:

"Ahora bien, en relación con el principio de culpabilidad, aduce el recurrente que en la presente investigación, el fallador de instancia al momento de imponer la sanción debió valorar el elemento subjetivo, esto es, el dolo o la culpa en la realización de la conducta y no limitarse a constatar la mera inobservancia de la norma.

Con el fin de responder la inconformidad del impugnante, es adecuado precisar que el presente caso se halla circunscrito al campo de protección al consumidor, respecto del cual la jurisprudencia ha establecido que **la regulación vigente tendiente a esta protección se aparta de los regímenes tradicionales de responsabilidad patrimonial y que, en este ámbito, la estructura de la responsabilidad responde a un desarrollo constitucional en virtud del análisis del régimen de protección al consumidor realizado por la Corte Constitucional.**

De acuerdo con la jurisprudencia constitucional, existen situaciones en las cuales el legislador está constitucionalmente autorizado para matizar las garantías de la presunción de inocencia y el principio de culpabilidad. Sin embargo, es preciso estudiar cada caso de manera individual para establecer si el ajuste que se pretende está justificado en dicho supuesto y en qué medida lo está, para ello, se acude a lo que la Sentencia C-595 de 2010 dispuso sobre el particular:

(...) 7.4. En primer lugar, la Corte reitera su jurisprudencia constitucional en orden a señalar que el principio de presunción de inocencia es aplicable como criterio general en el derecho administrativo sancionador. Sin embargo, la rigurosidad en su aplicación, propia del ámbito del derecho penal, no es trasladable in toto –con el mismo alcance integral– al derecho administrativo sancionador, dada la existencia de diferencias entre los regímenes (naturaleza de la actuación, fines perseguidos, ámbitos específicos de operancia, etc.), que lleva a su aplicación bajo ciertos matices o de manera atenuada (ámbito de la responsabilidad subjetiva). Incluso, excepcionalmente, podría establecerse la responsabilidad sin culpa (objetiva) (...).⁸

En ese sentido, este despacho considera importante resaltar que la aplicación del tipo de responsabilidad se hará caso por caso y de acuerdo con las características de la norma que lo dispone, en atención a lo que se ha denominado libertad de configuración legislativa:

⁷ SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Delegatura para la Protección del Consumidor. Resolución N° 58111 el 18 de septiembre de 2017. "Por la cual se decide un recurso de apelación". Expediente Radicado N°13-250111.

⁸ Corte Constitucional, sentencia C-595 de 27 de julio de 2010. Expediente D-7977. M.P. Jorge Iván Palacio Palacio.

(...) 5.2.1. Conforme al artículo 150.2 de la Constitución Política, corresponde al Congreso de la República hacer las leyes y por medio de ellas, ejercer entre otras, la función de '[ex]pedir códigos en todos los ramos del derecho y reformar sus disposiciones' a través de los cuales le compete definir el procedimiento en los procesos, actuaciones y acciones originadas en el derecho sustancial, y como consecuencia de ello, establecer las etapas, oportunidades y formalidades aplicables a cada uno de ellos, así como los términos para interponer las distintas acciones, y los recursos ante las autoridades judiciales y administrativas (...).⁹

Esta competencia de libertad del legislador, según lo ha señalado la Corte Constitucional, dispone de un amplio margen de configuración normativa para desarrollar no solamente la Constitución, sino que se materializa en la posibilidad discrecional del Congreso para expedir leyes, así:

(...) Sobre el alcance de la llamada cláusula general de competencia, **la Corte ha destacado que, por su intermedio, se le reconoce al legislador un amplio margen de libertad de configuración normativa para desarrollar la Constitución, es decir, para determinar y establecer las reglas de derecho que rigen el orden jurídico en Colombia y que no han sido fijadas directamente por el propio Estatuto Superior.** Dicha libertad de configuración legislativa, a su vez, se materializa no solo en la posibilidad discrecional del Congreso para expedir las leyes in genere, sino también para cambiarlas, adecuarlas y suprimirlas, teniendo en cuenta los requerimientos sociales, la conveniencia pública y la necesidad de adoptar las políticas públicas que en materia legislativa se deban implementar en beneficio de la colectividad¹⁰ (...).¹¹ (Destacados fuera de texto).

Igualmente, la Corte ha señalado¹² que en virtud de su potestad legislativa en materia de procedimientos, el legislador puede "(...) regular y definir¹³ entre los múltiples aspectos de su resorte legislativo, algunos de los siguientes elementos procesales: (i) el establecimiento de los recursos y medios de defensa que pueden intentar los administrados contra los actos que profieren las autoridades, –esto es, los recursos de reposición, apelación, u otros–, así como los requisitos y las condiciones de procedencia de los mismos.¹⁴ (ii) Las etapas procesales y los términos y formalidades que se deben cumplir en cada uno de los procesos. (iii) La radicación de competencias en una determinada autoridad judicial, siempre y cuando el constituyente no se haya ocupado de asignarla de manera explícita en la Carta¹⁵. (iv) Los medios de prueba¹⁶ y (v) los deberes, obligaciones y cargas procesales de las partes, del juez y aún de los terceros intervinientes, sea para asegurar la celeridad y eficacia del trámite, o para proteger a las partes o intervinientes, o para prevenir daños o perjuicios en unos u otros procesos¹⁷". (Destacados fuera de texto).

Respecto al enfoque de la responsabilidad asumido por el régimen de protección al consumidor, es necesario precisar que el Derecho del Consumo surge como un área que tiene entre sus propósitos el establecimiento de mecanismos que permitan eliminar la asimetría existente entre las partes de las relaciones de consumo, las cuales tienen por objeto hacer posible que los consumidores satisfagan sus necesidades, de manera que accedan a productos de calidad, y realicen las transacciones en condiciones que les permitan tomar una decisión racional, sin que se vean sometidos a conductas que vulneren sus derechos.

⁹ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-341 de 2014. Expediente D-9945. M.P. Mauricio González Cuervo. 4 de junio de 2014.

¹⁰ Sobre el tema se pueden consultar, entre otras, las Sentencias C-473 de 1997, C-524 de 1997, C-1648 de 2000 y C-630 de 2011.

¹¹ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-439 de 2016. Expediente D-11213. Magistrado Ponente: GUERRERO PÉREZ, Luis Guillermo. 17 de agosto de 2016.

¹² CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-183 de 2007. Expediente D-6447. Magistrado Ponente: CEPEDA ESPINOSA, Manuel José. 14 de marzo de 2007.

¹³ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-1104 de 2001. Expediente D-3488. Magistrado Ponente: VARGAS HERNÁNDEZ, Clara Inés. 24 de octubre de 2001.

¹⁴ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-742 de 1999. Expediente D-2356. Magistrado Ponente: HERNÁNDEZ GALINDO, José Gregorio. 6 de octubre de 1999; Sentencia C-384 de 2000. Expedientes D- 2559, D- 2574 y D-2586. Magistrado Ponente: NARANJO MESA, Vladimiro. 5 de abril de 2000; Sentencia C-803 de 2000. Expediente D-2715. Magistrado Ponente: CIFUENTES MUÑOZ, Eduardo. 29 de junio de 2000, entre otras.

¹⁵ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-111 de 2000. Expediente D-2465. Magistrado Ponente: TAFUR GALVIS, ALVARO. 9 de febrero de 2000.

¹⁶ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-1270 de 20 de septiembre de 2000. Expediente D-2904. Magistrado Ponente: BARRERA CARBONELL, Antonio. 20 de septiembre de 2000.

¹⁷ *Ibid.* CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-1104 de 2001.

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

En virtud a que la asimetría en la relación de consumo es la causa de un ámbito de protección especial de los derechos de los consumidores¹⁸, lo cual fue reconocido por la Asamblea Nacional Constituyente, cuando señaló que: "(...) los consumidores y usuarios han tenido una condición de inferioridad manifiesta ante los productores y comerciantes. Frente a esta situación el artículo que recomendamos [78 de la Constitución] consagra expresamente la intervención del poder público a favor de los consumidores y usuarios para hacer efectivos sus derechos a la salud, seguridad, información, libre elección, adecuado aprovisionamiento y para protegerlos también contra todo indebido aprovechamiento de sus condiciones de indefensión o subordinación¹⁹(...)". **Por tal motivo, la misma Asamblea señaló que el elemento característico del esquema de responsabilidad frente a los consumidores, es su carácter objetivo, así:**

(...) Puesto que en nuestra ponencia sobre derechos colectivos recomendamos incluir expresamente los derechos de los consumidores y usuarios en dicha categoría jurídica, de ello se sigue que **la responsabilidad por su desconocimiento y la consiguiente indemnización se sujetará a los principios propios de la responsabilidad objetiva** (...) ²⁰. (Subrayado fuera del texto original).

Por otra parte, encontramos que el legislador optó por establecer, desde sus orígenes, un régimen de responsabilidad sin culpa en el Estatuto de Protección al Consumidor –Decreto 3466 de 1982– y que ahora persiste en el Nuevo Estatuto del Consumidor –Ley 1480 de 2011–; en razón a que las conductas previstas en este Estatuto protegen los mismos intereses y derechos del antiguo, y que se concretan en la promoción, garantía, la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como en amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, en lo referente a la protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad y el acceso a los consumidores a una información adecuada, que de acuerdo con los términos de la ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas (art. 1 Ley 1480 de 2011).

Ahora bien, es de precisar que el tipo de responsabilidad dispuesto por el legislador en atención a su libertad de configuración normativa, no elimina la obligación de la administración de probar la existencia de la infracción al consumidor en los precisos términos de la ley. Además, es de resaltar que dicha responsabilidad no impide que se puedan desvirtuar por el presunto infractor mediante los medios probatorios legales.

Además, no es cierto que sea imposible establecer la responsabilidad sin culpa en materias referentes al derecho administrativo sancionatorio, pues tal atribución es válida siempre que se cumplan las exigencias de razonabilidad, finalidad y proporcionalidad, así como los intereses en juego²¹, supuestos que en el presente caso se encuentran plenamente acreditados (Corte Constitucional, sentencias C-599 de 1992 y C-010 de 2003).

Ahora bien, de manera específica, la Corte Constitucional a través de sentencia C-973 de 2002 manifestó que **la responsabilidad en materia de derecho de consumo no se funda en haber ocasionado un daño a otro por su actuación dolosa o negligente en la elaboración de un producto**, es decir, que sea subjetiva, todo lo contrario, la corporación reconoció que en este tipo de regímenes lo que se señala son unas causales eximentes de responsabilidad excluyendo de estas "el haber actuado diligentemente", incluso, acepta que aun cuando exista una actuación diligente por dicha conducta no se podrá eximir de su responsabilidad al empresario, así:

(...) **El artículo 26 del Decreto Extraordinario 3466 de 1982 no fija los límites o los alcances del derecho a la defensa, establece el régimen de responsabilidad al que se encuentra sometido el productor. El fabricante es libre de elaborar su alegato como lo desee, así como de presentar los argumentos que a bien tenga, mediante los medios probatorios que considere idóneos. Cosa diferente es que las razones expuestas se acepten por el ordenamiento como justificaciones válidas. Quizá el malentendido de la**

¹⁸ GRANADOS ARISTIZÁBAL, JUAN IGNACIO. Las declaraciones publicitarias y la integración de las obligaciones que de ellas emanan al contenido del contrato con el consumidor. Una aplicación del principio de buena fe que resulta exigible a la totalidad de las relaciones contractuales. Revista mercatoria. Universidad Externado de Colombia. Vol. 12 núm., 1. 2013.

¹⁹ Informe de ponencia sobre "derechos colectivos", Asamblea Nacional Constituyente, Gaceta Constitucional N°46.

²⁰ Ibid.

²¹ CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia C-599 de 1992. Expediente Nos. D-062 y D-104. Magistrado Ponente: MORÓN DÍAZ, Fabio. Santafé de Bogotá D.C. 10 de diciembre de 1992. "La Corte ha declarado la constitucionalidad de ciertas formas de responsabilidad objetiva en ciertos campos del derecho administrativo, como es el régimen de cambios, en donde la Corporación ha considerado que dados los intereses en juego se admite la no pertinencia de los elementos subjetivos de la conducta tipificada previamente como sancionable, como son la intencionalidad, la culpabilidad e incluso la imputabilidad (...)".

demanda surja al tratar de leer la disposición como si ésta se basara en un régimen de responsabilidad subjetiva clásico y fuese necesario permitirle al fabricante demostrar si fue por su culpa o no que el daño se causó.

La norma consagra cuatro causales: fuerza mayor, el caso fortuito no sobrevenido por su culpa, el uso indebido del bien o servicio por parte del afectado y el hecho de un tercero. Al decir que el fabricante solamente se puede exonerar por esas razones está excluyendo 'el haber actuado diligentemente'. La responsabilidad no se funda en haber ocasionado un daño a otro por su actuación dolosa o negligente en la elaboración de un producto. Incluso podría demostrar el fabricante que actuó con diligencia, y, en todo caso, no se eximiría de su responsabilidad (...). (Destacados fuera de texto).

Si bien esta sentencia hizo referencia al Estatuto anterior, es importante recalcar que la esencia y los intereses de aquél persisten en el Nuevo Estatuto (intereses a la vida, integridad física y la salud de los consumidores), debido a que hacen parte del mismo Régimen de Protección al Consumidor, tanto así, que la Circular Única de esta Superintendencia si bien fue expedida en vigencia del Decreto 3466 de 1982, aún continúa vigente por no ser contradictoria a la Ley 1480 de 2011, sino que por el contrario, sus disposiciones son acordes con los principios y objetivos del actual Estatuto del Consumidor²². Por tal motivo, como existe una disposición expresa de la Corte Constitucional sobre el tipo de responsabilidad aplicado a este régimen de protección, no existe interpretación diferente actualmente a aplicar.
(...)

Así mismo lo ha reconocido la doctrina al expresar que una de las características de la garantía de los productos (calidad e idoneidad), es que se trata de una obligación asociada a la responsabilidad sin culpa, lo cual puede ser predicable en las demás conductas dispuestas en el Estatuto del Consumidor, cuando las mismas son de resultado:

(...) Es responsabilidad objetiva, de tal forma que el productor o proveedor no pueden exonerarse de responsabilidad alegando simple prudencia y diligencia (...) solamente podrá alegar las causales enunciadas en el artículo 16 de la Ley 1480 de 2011. La Corte Constitucional en la sentencia C- 973 de 2002 ratificó este carácter: 'La norma consagra cuatro causales: fuerza mayor, el caso fortuito no sobrevenido por su culpa, el uso indebido del bien o servicio por parte del afectado y el hecho de un tercero. Al decir que el fabricante solamente se puede exonerar por esas razones está excluyendo 'el haber actuado diligentemente'. La responsabilidad no se funda en haber ocasionado un daño a otro por su actuación dolosa o negligente en la elaboración de un producto. Incluso podría demostrar el fabricante que actuó con diligencia, y, en todo caso, no se eximiría de su responsabilidad'²³ (...).

De esta forma, no cabe la menor duda que cuando se desconocen los derechos de los consumidores, la autoridad administrativa en estricto cumplimiento del procedimiento especial administrativo previsto en la Ley 1480 de 2011, puede imponer una sanción administrativa, al productor o proveedor por la inobservancia del Estatuto, debido a que las conductas aquí cuestionadas son de resultado y estos solo pueden ser exonerados de responsabilidad administrativa por expresa disposición de la norma, esto es, si logran acreditar la existencia de una causa excluyente justificativa y no previsible que configure una ruptura del nexo causal²⁴ por caso fortuito o fuerza mayor o que la publicidad fue adulterada o suplantada sin que se hubiera podido evitar la adulteración o suplantación.²⁵

Así las cosas, la posición especial de preeminencia de las empresas comercializadoras o productoras, con principios fundantes del Estado Social de Derecho y derechos fundamentales tales como la dignidad humana, justifican un tratamiento especial y diferenciado respecto de otros regímenes en relación con las instituciones jurídicas que les resultan aplicables, por lo tanto consideraciones en torno a la culpa del actuar del empresario investigado, no hacen parte del análisis de dicha responsabilidad, puesto que es claro que el único aspecto que esta

²² "Artículo 1. Principios Generales. "Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente a: (...)2. El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas (...)"

²³ VILLALBA CUÉLLAR, JUAN CARLOS. La responsabilidad del productor por garantías de bienes y servicio en el derecho colombiano. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87628085003>.

²⁴ Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual Sala Especializada en Protección al Consumidor Resolución 00082016/SPCINDECOPI expediente 2752014/CPCINDECOPIAQP.

²⁵ Por información son las previstas en el párrafo del artículo 24 de la Ley 1480 de 2011.

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

Autoridad debe valorar, es si el investigado cumplió o no lo previsto por la normatividad o si concurre una causal excluyente de responsabilidad, que en el presente caso no se acreditó.

Siguiendo lo expuesto, vale la pena resaltar que en uso de la libre configuración legislativa previamente abordada, el legislador en el Estatuto del Consumidor dispuso un régimen de responsabilidad sin culpa en el que los empresarios solo podrán alegar las causales de exoneración de responsabilidad dispuestas en el mismo; sin perjuicio de lo cual, a su vez planteó unas excepciones en las que sí se exige la verificación del elemento subjetivo, esto es, que medie dolo o culpa grave para la atribución de responsabilidad por los daños causados, porque así lo dispuso el legislador (...).

Asimismo, resulta importante traer a colación lo expuesto por el Tribunal Administrativo de Cundinamarca sobre este tema, así:

"(...) el derecho administrativo sancionador, pese a ser parte del derecho punitivo a cargo del Estado, no le son aplicables en su integridad los principios del derecho penal y disciplinario, contruidos a partir de la culpa y el dolo del agente, en tanto lo que se pretende amparar con la potestad sancionatoria del Estado, es el adecuado cumplimiento de su función para la relación de los fines que le son propios. Sobre el particular se ha pronunciado la Corte Constitucional al decir que:

"(...) en efecto, reiterada jurisprudencia ha afirmado que si bien tanto la actividad sancionada en lo administrativo como el proceso penal son expresiones de la facultad punitiva del Estado, y en ambas debe respetarse las garantías del debido proceso, unas y otras persiguen fines diferentes, en especial, esta diferente teleología se ha puesto de presente en relación con la potestad disciplinaria de la Administración como expresión de la facultad administrativa sancionadora; en ese sentido se han vertido los siguientes conceptos:

(...)

'En el mismo sentido del fallo anterior la Corte ha destacado que la finalidad de la sanción administrativa es el adecuado funcionamiento de la Administración, objeto que vendría entonces a ser la diferencia específica que la distinguiría de la sanción penal:

'La sanción administrativa, como respuesta del Estado a la inobservancia por parte de los administrados de las obligaciones, deberes y mandatos generales o específicos que se han ideado para el adecuado funcionamiento y marca de la administración entre otros, y consecuencia concreta del poder punitivo del Estado, no debe ser ajena a los principios que rigen el derecho al debido proceso'.

'La no total aplicabilidad de las garantías del derecho penal al campo administrativo obedece a que mientras en el primero se protege el orden social en abstracto y su ejercicio persigue fines retributivos, preventivos y resocializadores, la potestad sancionatoria de la administración se orienta más a la propia protección de su organización y funcionamiento, lo cual en ocasiones justifica la aplicación restringida de estas garantías –quedando a salvo su núcleo esencial- en función de la importancia el interés público amenazado o desconocido ²⁶(...)'

En la misma línea, el Consejo de Estado ha señalado lo siguiente:

'(...) Al respecto ha sido criterio jurisprudencial de esta jurisdicción el considerar que el ejercicio del poder sancionatorio en cabeza del Estado, encuentra su límite propio en el respeto a los principios y garantías que informan el debido proceso consagrado en el artículo 29 de la Constitución.

Ha considerado la Sección, a partir de la naturaleza y finalidades de una y otra disciplinaria, que en el campo del derecho administrativo sancionatorio por infracciones al derecho financiero, como el que en esta oportunidad ocupa la atención de la Sección, en donde se debaten actos dictados en desarrollo de la facultad sancionatoria que ostenta el Superintendente Bancario, respecto de las actuaciones de la entidad y personas objeto de inspección, vigilancia y control, la aplicación de las garantías y fundamentos propios del derecho penal es restrictiva, en tanto no caben figuras tales como el dolo o la culpa, la imputabilidad, favorabilidad y otras aplicales en 'materia penal (...)'²⁷(subrayado fuera de texto).

²⁶ MONROY CABRA, Marco Gerardo (M.P) Corte Constitucional. Sentencia C-506 de 2002. Referencia expediente D-3852.

²⁷ PALACIO HINCAPIÉ, Juan ángel (M.P) Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Cuarta- Sentencia del 18 de abril de 2002.

De esta forma, basta con el solo incumplimiento del mandato legal y la inobservancia de las obligaciones señaladas en la ley que tipifican la conducta en materia de derecho administrativo sancionatorio y, de allí la imposición de la sanción, para entender que se ha cometido la infracción, lo que ocurre en materia de protección de derechos al consumidor, ya que nos encontramos frente a una responsabilidad objetiva.

No obstante la naturaleza objetiva de la Responsabilidad en esta clase de actuaciones administrativas, en las que se encuentra en juego el interés público, sin que sea necesario abordar la culpa de la administración, es lo cierto que conforme a las garantías del debido proceso y derecho de defensa, la fuerza mayor y caso fortuito pueden ser alegados válidamente como eximentes de responsabilidad²⁸ (...)
(Destacados fuera de texto).

Así las cosas, esta Dirección debe poner de presente que, contrario a la afirmación del sujeto pasivo, aun cuando las peticiones, quejas y reclamos hacen parte del curso normal del negocio, las mismas no solo se constituyen como meras opiniones de los usuarios sino que reflejan hechos producidos dentro de la relación de consumo, dentro de estos, algunos que de encontrarse probados luego del análisis de fondo, se configurarían como una infracción a lo dispuesto en la Ley 1480 de 2011. Es decir, no es la sola existencia de peticiones, quejas y reclamos, lo que prueba la infracción normativa, sino los hechos que estas permiten evidenciar y que serán analizados de manera posterior dentro del presente acto administrativo.

Así mismo, es menester aclarar que no se trata de que esta Dirección imponga un deber de perfección en el desarrollo de las actividades de la investigada sino que, tal y como se mencionó en precedencia, cuandoquiera que se evidencie una trasgresión a lo dispuesto en el Estatuto del Consumidor y demás normas concordantes, es deber de esta Autoridad desplegar sus facultades administrativas a fin de investigar los hechos y de determinar, a partir de los medios probatorios obrantes en el plenario, si en efecto hubo o no responsabilidad de la investigada en el acaecimiento de los mismos.

En cuanto a la afirmación de la investigada según la cual las peticiones, quejas y reclamos no son prueba idónea ni suficiente para comprobar una violación a la normativa previamente descrita, es necesario señalar que no se entiende el motivo de la afirmación en tanto que no fue sustentado por el apoderado. Con todo, debe hacer hincapié en que si algunas de estas, una vez analizadas de fondo, logran poner en evidencia hechos contrarios a la norma, ciertamente servirán de sustento para la imposición de la sanción a que haya lugar. En ese sentido, tampoco resulta de recibo la consideración del sujeto pasivo en la que manifiesta que no todas ellas se relacionan con las características inherentes o atribuidas al servicio pues, aun cuando ello fuera así, de encontrarse que algunas vulneraron los derechos de los consumidores, se entenderá demostrada la falla por parte de la sociedad.

Ahora bien, en lo que atañe a la fuerza mayor que alegó el apoderado entorno a los hechos presentados en el día de la madre, es pertinente indicar que tal circunstancia debe ser no solo manifestada sino probada por la investigada, comoquiera que como ya se mencionó el régimen de responsabilidad aplicable al caso concreto es de carácter objetivo por lo que dicha carga recae sobre el vigilado y no sobre esta Superintendencia.

Finalmente, debe aclararse que no es cierto que la decisión sobre la presente actuación administrativa deba ir precedida de un análisis comparativo sobre el total de "Rappifavores" frente a la cantidad de peticiones, quejas y reclamos presentadas pues tal y como se ha manifestado, es la prueba de la trasgresión normativa en sí misma y el daño o la potencialidad de este frente a un universo de consumidores lo que da lugar a la responsabilidad del vigilado. En otras palabras, el aspecto que esta Autoridad debe valorar, es si la investigada cumplió o no con lo previsto en la normatividad²⁹, con independencia del volumen o proporción de reclamaciones. Es tan así, que precisamente la Ley 1480 de 2011 y demás concordantes, no establecen un número determinado de peticiones, quejas y/o reclamos, para efectos de comprobar la relevancia de la infracción.

²⁸ TRIBUNAL ADMINISTRATIVO DE CUNDINAMARCA. Sección Primera. Subsección "A". Proceso N° 250002341000201601306-00. Medio de Control: Nulidad y Restablecimiento del Derecho. Demandante: COLOMBIA TELECOMUNICACIONES S.A. E.S.P. Demandando: SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Asunto: Sentencia de Primera Instancia. 9 de mayo de 2019.

²⁹ VILLALBA CUÉLLAR, JUAN CARLOS. *La responsabilidad del productor por garantías de bienes y servicio en el derecho colombiano*. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá

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

Sobre el particular, el apoderado de la investigada en ejercicio de su derecho de defensa manifestó que hubo una incorrecta apreciación por parte de esta Dirección en la formulación de los cargos relacionada con el modelo de negocio de la compañía y su naturaleza jurídica, en los siguientes términos:

"(...) A lo largo de la Resolución N°82505 de 2020, la Dirección parece asumir, por un lado, que Rappi es una plataforma de comercio electrónico, pero por el otro, como por ejemplo ocurre en la página N°3 de esta Resolución (al hacer alusión a uno de los requerimientos de esta Autoridad), se refiere explícitamente a Rappi como un portal de contacto, de la siguiente forma:

'Que el día 26 de diciembre de 2019, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, dando alcance y precisión al radicado remitido mediante radicados 19-198723-2 y 19-198723-3, requirió a RAPPI S.A.S., para que suministrara la siguiente información y documentación:

*1. Informar si en los últimos seis (6) meses Rappi, aliados comerciales o marcas que utilizan el **portal de contacto** han emitido pautas publicitarias en relación con bebidas alcohólicas, en caso afirmativo allegar copia de las mismas...' (Resaltado fuera de texto).*

Estas consideraciones contradictorias no solo generan confusión sino también una afectación directa al derecho de defensa de Rappi, entendido por la Corte Constitucional como la posibilidad de contradecir y cuestionar una decisión, sin impedimentos injustificados, con miras a limitar la arbitrariedad del poder público. En palabras de la Corte Constitucional:

'i.) La efectividad de ese derecho en las instancias administrativas supone la posibilidad de que el administrado interesado en la decisión final que se adopte con respecto de sus derechos e intereses, pueda cuestionarla y presentar pruebas, así como controvertir las que se alleguen en su contra (CP, art. 29), pues, a juicio de la Corte, de esta forma se permite racionalizar el proceso de toma de decisiones administrativas, en tanto que ello evidentemente constituye un límite para evitar la arbitrariedad del poder público.'

En el caso concreto, la alusión a Rappi como una plataforma de comercio electrónico y, a su vez, como un portal de contacto, impide que esta Compañía comprenda, con la claridad debida, y controvierta, los cargos que se aducen en su contra. Esto, teniendo en cuenta que dichos cargos deben analizarse de una forma distinta si se imputan a Rappi como un portal de contacto o como una plataforma de comercio electrónico. Una interpretación diferente, que equipare las dos categorías, iría en contra de la Ley 1480 de 2011, norma que claramente diferencia estos modelos de negocio e, incluso, dispone obligaciones limitadas, específicas y diferenciadas en cabeza del segundo.

Adicionalmente, como se verá más adelante, la asunción errónea y confusa que presenta la Resolución N°82505 con respecto al modelo de negocio de Rappi, genera una indebida imputación de cargos y, a su vez, vulnera los principios de legalidad y tipicidad que rigen la función administrativa sancionatoria.

*Finalmente, y con miras a otorgar claridad en el presente trámite, nos vemos en la necesidad de reiterarle a esta entidad que Rappi es propietaria de una plataforma virtual, compuesta por una aplicación para dispositivos móviles y una página web (en adelante '**Plataforma**'), por medio de la cual se conectan tres (3) tipos usuarios: (i) Aliados Comerciales, que exhiben, ofrecen y comercializan sus productos y/o servicios en la Plataforma para que éstos sean adquiridos por los Usuarios/Consumidores por medio de la misma (en adelante '**Aliados Comerciales**'); (ii) Usuarios/Consumidores, quienes a través de la Plataforma adquieren productos y/o servicios comercializados por los Aliados Comerciales (en adelante '**Usuarios**'); y (iii) Repartidores independientes (en adelante '**Rappitenderos**'), quienes de manera libre y voluntaria, en calidad de mandatarios independientes de los Usuarios/Consumidores, aceptan y gestionan las órdenes solicitadas por estos últimos por medio de la Plataforma. Por lo anterior, se aclara que Rappi no comercializa los productos exhibidos y/o ofrecidos por los Aliados Comerciales a través de la Plataforma.*

A través de la Plataforma, los Usuarios pueden ingresar y encargar a un Rappitendero que realice una gestión determinada, quien podrá aceptarla o rechazarla. Entre los encargos que los Usuarios pueden realizar a través de la Plataforma están los siguientes:

a) Encargo de adquirir productos de Aliados Comerciales: a través de acuerdos de cooperación, Rappi exhibe en su Plataforma los productos que ofrecen los Aliados Comerciales en sus respectivos establecimientos (restaurantes, tiendas o supermercados), para que los mismos sean utilizados como referencia por los Usuarios al momento de realizar la orden de dichos productos. Los Aliados Comerciales son quienes anuncian, ofrecen y comercializan de forma directa los productos de sus establecimientos.

b) Encargo de adquirir productos de otros proveedores (Rappi Antojo): a través de la Plataforma, los Usuarios/ pueden solicitarle a los Rappitenderos que adquieran productos de proveedores distintos a los Aliados Comerciales que anuncian sus productos en la Plataforma.

c) Encargo de ejecutar un favor (Rappifavor): a través de este encargo, el Usuario le solicita al Rappitendero que le ejecute un determinado mandado o favor. Por ejemplo: recoger un paquete en la dirección A y llevarlo a la dirección B.

d) Encargo de llevar dinero en efectivo (Cajero ATM): a través de este encargo, el Usuario le solicita al Rappitendero que le lleve dinero en efectivo a su domicilio.

La descripción de estos encargos, dan muestra de que Rappi no actúa como proveedor de los bienes y servicios que son exhibidos en la Plataforma, y de que las relaciones comerciales se dan entre el Usuario y un determinado Aliado Comercial, por un lado, y entre el Usuario y el Rappitendero por el otro.

Esto lleva ineludiblemente a concluir que Rappi, contrario a lo que expone la Resolución N° 82505, no es una plataforma de comercio electrónico en los términos de la Ley 1480 de 2011, de tal manera que las afirmaciones de la Dirección que apuntan a lo contrario resultan imprecisas y no se acompañan con la naturaleza jurídica de Rappi y su modelo de negocio.

Reiteramos, como lo hemos hecho desde el año 2019 a esta Dirección en trámites independientes, que pretender imponer un modelo de negocio a Rappi configura una violación flagrante a su derecho a la libertad de empresa consagrado en el artículo 333 de la Constitución Política (...).

Por otra parte, al plantear el argumento de indebida formulación de cargos en lo que respecta a la imputación número 4, señaló:

"(...) En la Resolución N°82505 de 2020, se aduce un supuesto incumplimiento del artículo 52 del Estatuto por parte de Rappi, pues según esta Dirección la empresa no tiene medidas suficientes o eficientes para verificar la edad del consumidor y evitar que menores de edad adquieran bebidas alcohólicas a través de la plataforma.

Cabe aclarar, sin embargo, que como ocurre con el artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, el artículo 52 es aplicable solo a las plataformas de comercio electrónico, calidad con la que no cuenta Rappi, de tal manera que, seguida de la imprecisión, la Dirección una vez más formula cargos a una Compañía que no es destinataria de las normas invocadas.

Las falencias en la argumentación de la Dirección, basadas en una concepción errónea del modelo de negocio de Rappi, van más allá de un tema meramente formal. Dichas falencias vulneran directamente los principios de legalidad y tipicidad que deben regir los procesos administrativos sancionatorios. La materialización de dichos principios, cabe mencionar, es indispensable para limitar el poder punitivo de la administración y prevenir cualquier actuación arbitraria en contra de los administrados.

Con respecto al principio de legalidad, el artículo 29 de la Constitución y la jurisprudencia del Consejo de Estado han reconocido que "...en el derecho administrativo sancionatorio rige el principio de legalidad de las sanciones, conforme al cual toda infracción debe ser castigada de conformidad con normas preexistentes al hecho que se atribuye al sancionado"3.

Adicionalmente, la Corte Constitucional y la Corte Suprema de Justicia han entendido que dicho principio implica que cualquier actuación administrativa sancionatoria debe estar basada en una norma y una conducta pre existentes y debidamente identificadas, así:

*'toda imputación punible, incluso en materia administrativa, se haga con todos los componentes de la infracción, esto es, la conducta y la norma que la describe como reprochable...'*⁴ (Resaltado fuera de texto).

Por otra parte, de acuerdo al principio de tipicidad que rige los procesos administrativos sancionatorios, "los comportamientos sancionables por la administración deben estar previamente definidos, y en forma suficientemente clara, por la ley'.

En consecuencia, la aplicación de los principios de legalidad y tipicidad en el caso concreto implica que, para la imputación de cargos de la Resolución N°82505, debió haber (i) una norma con un supuesto de hecho sancionable y (ii) una conducta por parte de Rappi que corresponda al supuesto de hecho contemplado en la norma. Este último aspecto no se evidencia en la Resolución N°82505 de 2020, pues, como se describirá más adelante en los argumentos sustanciales de estos descargos, Rappi, en su calidad de portal de contacto, no ha cometido ninguna de las acciones u omisiones que se le achacan.(...)"

A partir de los argumentos esbozados por el apoderado de la investigada, se puede evidenciar un desacuerdo en relación con el tratamiento que esta Dirección dio al modelo de negocio que emplea, en tanto que se le imputó la infracción a las normas contempladas en el Estatuto del Consumidor y demás normas concordantes al haber sido considerada como una plataforma de comercio electrónico y no como un portal de contacto.

En ese sentido, este Despacho considera oportuno traer a colación las definiciones que sobre el particular contempla la Ley 1480 de 2011 para, posteriormente, realizar un análisis de los medios probatorios obrantes en el plenario en aras de determinar bajo cual de las dos categorías se enmarca la actividad que realiza el sujeto pasivo.

Así pues, cabe precisar que de conformidad con el artículo 53 de la referida normativa, se entiende como portal de contacto, aquel que se limita a poner a disposición una plataforma con el fin de que los usuarios de la misma se pongan en contacto con los consumidores para ofrecer bienes y servicios y, de manera independiente realizar sus operaciones comerciales. Dicha norma, además, introduce en cabeza de los portales de contacto la obligación de contar con la información básica de los proveedores, a fin de que los compradores puedan ejercer sus solicitudes y reclamaciones.

Por su parte, el artículo 49 del mismo cuerpo normativo señala que el comercio electrónico es entendido en el ordenamiento jurídico colombiano como todos aquellos actos, negocios u operaciones mercantiles que son concertados mediante mensajes cursados telemáticamente entre proveedores y consumidores. Norma que debe ser analizada a la luz de lo dispuesto en el artículo 5 numeral 11 del Estatuto que establece, dentro de sus definiciones, que se entiende como proveedor o expendedor quien de manera directa o indirecta ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos.

De esta manera, debe llegarse a la conclusión de que si ese proveedor concierta sus operaciones a través del intercambio de mensajes cursados telemáticamente, por ejemplo utilizando internet, computadoras personales, portátiles, tabletas, teléfonos móviles y otros dispositivos de acceso a internet, para adelantar sus operaciones mercantiles, se enmarcará dentro de la categoría de proveedor de bienes y servicios a través de plataforma de comercio electrónico y, en consecuencia, le será aplicable la totalidad de las disposiciones contenidas en el Capítulo VI del Estatuto del Consumidor.

Bajo ese contexto debe ponerse de presente, que de manera previa esta Dirección, mediante la Resolución N°40212 de 28 de agosto de 2019 ya había abordado lo correspondiente al modelo de negocio de la investigada, concluyendo que se enmarca dentro de la categoría de comercio electrónico, como se expone a continuación:

"(...) 37.1. CONSIDERACIONES ACERCA DEL MODELO DE NEGOCIO DE RAPPI S.A.S., Y LA APLICACIÓN DEL ESTATUTO DEL CONSUMIDOR.

Previo a analizar las características específicas del modelo de negocio de RAPPI S.A.S., se considera oportuno, traer a colación lo dispuesto por esta Dirección mediante Resolución N° 50536 de 2015, en la cual se abordó el tema de las características que diferencian un portal de contacto de un portal de comercio electrónico en sentido genérico. Así, en esa oportunidad esta Entidad sostuvo:

(...) La sociedad investigada también tiene ingresos por concepto de comisión por venta, es decir, que en caso de que un consumidor compre algún producto publicado en la plataforma web de la investigada, ésta tendrá derecho a un monto de dinero por haberse producido la venta. Dicha situación pone en evidencia que la compañía investigada participa económicamente de las transacciones que se realicen en el marco de su portal web pues obtiene utilidades por el éxito de la operación de consumo, esto es, obtiene beneficios por la concreción de actos o negocios surtidos a través de su canal virtual.

Examinada la realidad que produce el negocio que adelanta la sociedad investigada, advierte esta Dirección la misma no solamente relaciona a compradores y vendedores, sino que se hace parte de la comercialización, así sea de manera indirecta, de los productos que se ofrecen en su plataforma web, asumiendo un rol de intervención comercial, quien gestiona la comercialización de bienes y servicios de terceros y obtiene beneficios económicos de ello.

En efecto, la sociedad investigada pone en contacto compradores y vendedores, pero su

Intervención no termina allí, pues su rentabilidad aumenta en la medida en que se produzcan y perfeccionan operaciones de consumo entre sus clientes y los consumidores, haciendo parte de la cadena de comercialización de los bienes y servicios que se ofrecen y publicitan en su plataforma virtual (...). (Negrilla y subrayado fuera del original).

Así las cosas, un portal de contacto se diferencia de una plataforma en donde se proveen o expendien bienes y servicios a través de medios electrónicos, en adelante plataformas de comercio electrónico - dado que por un lado, el portal de contacto pone a disposición de los consumidores una plataforma electrónica en la que personas naturales o jurídicas pueden ofrecer productos para su comercialización y a su vez los consumidores pueden contactarlos por ese mecanismo; mientras que, una plataforma de comercio electrónico no se restringe a permitir el contacto entre compradores y vendedores, sino que también hace parte de la relación de consumo de forma directa al actuar como proveedor de bienes y servicios o indirecta a gestionar la comercialización de bienes y servicios de terceros, o propios y de terceros intermediando en la relación y adquiriendo un porcentaje de las ventas o ganancias por las transacciones realizadas por el consumidor.

Ahora bien, para determinar si las características del modelo de negocio de Rappi S.A.S. se enmarcan dentro de aquellas definidas como portal de contacto o como una plataforma de comercio electrónico, es importante señalar que en respuesta allegada por la sociedad a esta Entidad mediante consecutivo N° 18-256766-02, la misma sociedad, al describir cuáles son los servicios que se prestan a los consumidores, indicó que por medio de su plataforma virtual se conectan tres sujetos a saber: i) Establecimientos de comercio/proveedores de servicios (terceros)-aliados comerciales de Rappi ii) Rappitenderos y iii) Consumidores; señalando que cobra a los aliados comerciales (terceros) un porcentaje de los valores transados a través de su plataforma.

Examinada las particularidades con las que se desarrolla el negocio de RAPPI S.A.S. advierte esta Dirección que la misma no solamente conecta a los tres (3) sujetos mencionados, sino que se hace parte de la comercialización, así sea de manera indirecta, de los bienes y servicios que se ofrece en su aplicación, pues aun cuando resulta cierto que pone en contacto a los proveedores, los 'Rappitenderos' y los consumidores, su intervención no termina allí, dado que su rentabilidad aumenta en la medida que se produzcan y perfeccionen operaciones de consumo, lo que ratifica su participación en calidad de proveedor en la cadena de comercialización de los bienes y servicios que se ofrecen en su plataforma virtual.

Así mismo de conformidad con lo señalado en el documento denominado 'Términos y Condiciones de Uso de Plataforma Rappi – Consumidor', se tiene que RAPPI S.A.S. exhibe bienes y servicios de empresas aliadas con las que haya suscrito previamente un acuerdo de

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

cooperación. En virtud de este acuerdo, RAPPI S.A.S. ofrece a los consumidores productos o servicios de sus aliados comerciales, a cambio de un porcentaje de las ventas que aquellos terceros efectúen. Dicha situación pone en evidencia que la mencionada sociedad participa económicamente de las transacciones que se realicen en el marco de su portal web, pues obtiene utilidades por el éxito de una operación de consumo esto es, obtiene beneficios por la concreción de operaciones mercantiles surtidas a través de su canal virtual.

Lo anterior, evidencia una estructura de incentivos que no puede ser desconocida, pues entre mayores ventas se realicen mayores serán las utilidades obtenidas por RAPPI S.A. S., situación que en sí misma no es ilícita o antijurídica, sino que pone en evidencia el rol que desempeña la sociedad, cuyo negocio no se limita a exhibir productos y poner en contacto a los sujetos, sino también concretar negocios y relaciones de consumo, pues de su efectiva realización dependen sus ganancias

Por otra parte, y de conformidad con lo informado por RAPPI S.A.S., dentro de la plataforma virtual existen diferentes mecanismos de pago que tiene habilitados la sociedad, así: 1) dinero en efectivo. 2) tarjeta de crédito. 3) tarjeta débito dependiendo de la disponibilidad de Rappitenderos alrededor de la dirección seleccionada como lugar de entrega del encargo solicitado que tenga datafono: 4) Rappicréditos y 5) RappiPay.

Por consiguiente, resulta claro para esta Dirección, que la participación de la sociedad no culmina con el contacto entre los sujetos arriba señalados, sino que se extiende hasta uno de los momentos esenciales de toda operación de consumo, como lo es el pago.

En efecto una transacción entre un vendedor y un comprador se ejecuta con el intercambio de la cosa ofrecida por el precio fijado, y en consecuencia, en aquellos casos en donde el consumidor utiliza los mecanismos de pago denominados 'Rappicréditos' y 'RappiPay', uno de los elementos propios de la efectiva materialización de la relación de consumo -el pago del precio-, se concreta a través de la intermediación de RAPPI S.A.S., situación que resalta que su participación como intermediaria en la concreción del negocio no se circunscribe al simple contacto entre las partes, sino que por el contrario participa de todas las etapas de la negociación.(...)"

Aunado a lo anterior, debe tenerse en cuenta que de manera previa, a través de la investigación administrativa con el número de radicado 15-238747 ya se había reconocido también la calidad de **RAPPI S.A.S.** como proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico, condición que no fue cuestionada en ningún momento por el sujeto pasivo de esta actuación, en ninguna de las etapas de dicho proceso administrativo.

Así mismo, debe considerarse el hecho de que la investigada ha concurrido en varias oportunidades ante la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales, como demandado en el marco de las acciones de protección al consumidor, procesos en los que se ratificó su legitimación por pasiva, mediante sentencias en las que se ha declarado la vulneración a los derechos de los consumidores por parte de Rappi en calidad de proveedor de bienes y servicios a través de comercio electrónico³⁰. Así las cosas, esta Dirección ante la necesidad imperiosa de salvaguardar los derechos de los consumidores y con la claridad de la calidad que ostenta la investigada en el marco de las relaciones de consumo que se materializan a través de la plataforma que usa para la comercialización de bienes y servicios, evaluó, con base en el material probatorio que obraba en el plenario, de manera clara, precisa y circunstanciada, las razones de hecho y de derecho, que reafirmaron a partir de la participación de la investigada en su modelo de negocio, que se estaba en presencia de un proveedor de bienes y servicios a través de una plataforma de comercio electrónico sujeto a cumplir las obligaciones legales contempladas en la Ley 1480 de 2011 y demás normas concordantes, y no de un portal de contacto como lo alega la investigada.

Al respecto debe precisarse que, aun cuando la investigada alega que su operación se ciñe a la definición de un portal de contacto, no aportó prueba alguna dentro de la presente investigación administrativa tendiente a sustentar sus manifestaciones y desvirtuar que supuestamente no era un proveedor habitual de bienes y/o servicios que los ofrecía y comercializaba a través de un portal de comercio electrónico, ni en aras de comprobar que el estado de sus actividades haya sido modificado

³⁰ Sentencia N° 523 de 23 de enero de 2019, Sentencia N° 6607 de 30 de mayo de 2019, Sentencia N° 9751 de 26 de agosto de 2019 y sentencia N° 16593 de 26 de diciembre de 2019.

recientemente como para que no le resultaran aplicables los argumentos expuestos previamente tanto por esta Dirección, como por la Delegatura de Asuntos Jurisdiccionales.

Sobre este aspecto debe tenerse en cuenta que en el ordenamiento jurídico colombiano cada parte tiene la carga de probar sus afirmaciones, con las excepciones que establece la ley³¹, de conformidad con el principio de la carga de la prueba –*onus probandi*-³².

Así las cosas, dicha carga procesal hace referencia a *"la obligación de 'probar', de presentar la prueba o de suministrarla, cuando no el deber procesal de una parte, de probar la (existencia o) no existencia de un hecho afirmado, de lo contrario el solo incumplimiento de este deber tendría por consecuencia procesal que el juez del proceso debe considerar el hecho como falso o verdadero"*³³.

De esta forma, debe ponerse de presente que tal regla se encuentra prevista en el artículo 1757 del Código Civil que dispone que *"incumbe probar las obligaciones o su extinción al que alega aquéllas o ésta"* y en el artículo 167 del Código General del Proceso se señala que *"incumbe a las partes probar el supuesto de hecho de las normas que consagran el efecto jurídico que ellas persiguen (...)"*. Del mismo modo y siguiendo esta línea, el Consejo de Estado ha manifestado frente a este tema, lo siguiente:

*"(...) Las partes deben probar las afirmaciones expuestas en los escritos presentados ante el Tribunal, a través de los medios probatorios establecidos en la ley para llevar al convencimiento al Juzgador - artículo 175 del C.P.C.-, sobre los hechos expuestos en la demanda; pues el Juez de conocimiento debe fundarse en las pruebas regular y oportunamente allegadas al proceso (artículo 174 del C.P.C.), siempre que sean conducentes, pertinentes y útiles para la decisión del mismo (...)"*³⁴.

Así las cosas y teniendo en cuenta lo anterior, resulta importante señalar que, era deber de la investigada allegar al presente procedimiento administrativo sancionatorio, todos aquellos medios de prueba necesarios para sustentar sus manifestaciones y desvirtuar que supuestamente no era un proveedor habitual de bienes y/o servicios que los ofrecía y comercializaba a través de un portal de comercio electrónico con un ánimo de lucro; sin embargo y revisado el plenario, se tiene que en este caso, la carga probatoria de ésta no fue cumplida, en tanto solo realizó una manifestación sin ser ésta debidamente sustentada.

Por el contrario, en el escrito de descargos allegado por el apoderado de la sociedad se evidencia que subsisten los acuerdos de cooperación con los aliados comerciales a los que hace referencia la Resolución SIC N°40212 de 28 de agosto de 2019, y respecto de los cuales ya se había advertido la existencia de un sistema de ingresos en virtud del cual *RAPPI S.A.S. ofrece a los consumidores productos o servicios de sus aliados comerciales, a cambio de un porcentaje de las ventas que aquellos terceros efectúen.*

Aunado a lo anterior, se observó, a partir de los medios probatorios allegados por la defensa con el número de radicado 19-198723-43 del 8 de noviembre de 2021, que [REDACTED], los cuales, según lo dicho por el apoderado en ese mismo consecutivo, [REDACTED]

De esta manera, una vez el consumidor compra algún producto por la aplicación móvil o la página web del sujeto pasivo, la sociedad tiene derecho a un monto de dinero como consecuencia de la realización de la venta, lo cual pone en evidencia que participa económicamente de las transacciones que se realizan dentro de su plataforma pues termina obteniendo utilidades a partir del éxito de cada operación

³¹ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-086 de 2016. Expediente D-10902. Magistrado Ponente: PALACIO PALACIO, Jorge Iván. 24 de febrero de 2016. *"Algunas excepciones son derivadas del reconocimiento directo de un acontecimiento por cualquiera que se halle en capacidad de observarlo debido a su amplia difusión (hechos notorios). Otras se refieren a aquellos hechos que por su carácter indeterminado de tiempo, modo o lugar hacen lógica y ontológicamente imposible su demostración para quien los alega (afirmaciones o negaciones indefinidas)"*⁶⁷¹. Y otras son consecuencia de la existencia de presunciones legales o de derecho, donde "a la persona el sujeto procesal favorecido con la presunción solo le basta demostrar el hecho conocido que hace creíble el hecho principal y desconocido, de cuya prueba está exento".

³² Ibid.

³³ Ibid.

³⁴ CONSEJO DE ESTADO. Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Segunda-Sala de Decisión. Exp. N°11001032500020090012400. Consejera Ponente: RAMÍREZ DE PÁEZ, Bertha Lucia. 19 de mayo de 2011.

de consumo, es decir, obtiene beneficios por la concreción de los negocios jurídicos que se den a través del medio electrónico.

En consecuencia, se puede advertir la existencia de una estructura de incentivos, toda vez que entre mayores ventas, mayores son las utilidades percibidas por la investigada, lo que genera estímulos para que se produzcan el mayor número de operaciones posibles dentro de su portal. Situación que refleja que la actividad que realiza va más allá de simplemente poner en contacto a los sujetos de la relación comercial sino que, está orientada a la efectiva concreción de los negocios jurídicos en la medida en que de allí reporta sus ganancias.

Así mismo, se pudo determinar que la participación del sujeto pasivo no culmina con el contacto entre los consumidores, aliados comerciales y rappitendero, sino que se extiende hasta uno de los momentos esenciales de la relación de consumo, como lo es el pago, como se muestra a continuación:

Imagen N°1. Términos y condiciones de uso de la plataforma. (Radicado N°19-198723-25)

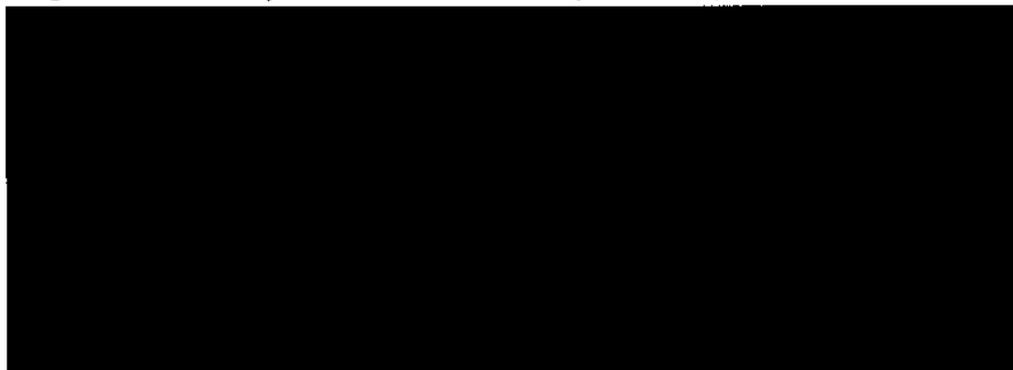


Imagen N°2. Términos y condiciones de uso de la plataforma. Pago. (Radicado N°19-198723-25)



Las imágenes expuestas en precedencia permiten constatar que el pago del precio como contraprestación económica por la adquisición de un bien se efectúa a través del sistema de pago electrónico de la plataforma que dispone la investigada denominado "PAYMENTEZ". Así mismo, y si bien se establece la posibilidad de realizar los pagos en efectivo, lo cierto es que estos se encuentran sujetos a una condición que los ata directamente a las pasarelas de pago de RAPPI, toda vez que para ello debe realizarse una aceptación previa para que la devolución del cambio sea realizada en "Saldopay" o en "Rappipay", esta última siendo una figura propia creada por el sujeto pasivo.

De esta manera, resulta obvio que contrario a lo señalado en el literal g) de los términos y condiciones de uso de la plataforma (imagen N°2) de RAPPI, el pago no es realizado directamente a los mandatarios sino que las transacciones son efectivamente realizadas y concretadas a través del medio electrónico de la investigada.

Por otra parte, y aun cuando en dicho documento no se señala de manera expresa, esta Dirección pudo evidenciar que la investigada, además de los medios de pago tradicionales, ha diseñado dos métodos propios y alusivos al nombre mismo de la empresa, a saber, *rappipay* y *rappicréditos*, los cuales tienen un valor equivalente a pesos colombianos y consecuentemente sirven para cancelar el valor de las compras que lleguen a realizar a través de su página web o mediante el aplicativo móvil, tal y como se refleja en algunas de las respuestas a las peticiones, quejas y reclamos allegadas a esta Dirección dentro de la averiguación preliminar:

Tabla N°1. Extracto peticiones, quejas y reclamos. Radicado N°20-119287-1

10/05/2020	[REDACTED]	[REDACTED]! Queremos disculparnos por la mala experiencia que tuviste con tu pedido. Revisamos tu pedido y hemos cargado a tu cuenta \$10.500 en Rappicréditos correspondientes a la novedad en tu orden. Recuerda que puedes hacer uso de ellos para solicitar el reenvío de tus productos o para futuros pedidos que desees realizar. Nuevamente recibe unas sinceras disculpas. Te deseamos un excelente día! Si tienes Rappi, tienes todo. "
10/05/2020	[REDACTED]	[REDACTED]! Gracias por comunicarte con nosotros. De antemano lamentamos el inconveniente en tu orden realizamos el cargue de \$68.800 en Rappicréditos para que los gastes en lo que desees sin fecha de vencimiento. Entendemos las molestias que pudimos haberte generado queremos que sepas que no es nuestra intención hacerte pasar por esto. Gracias por contactarte con el equipo de Rappi. Recuerda si tienes Rappi, tienes todo."
10/05/2020	[REDACTED]	[REDACTED]! Queremos disculparnos por la mala experiencia que tuviste con tu pedido. Revisamos tu pedido de Éxito Express y hemos cargado a tu cuenta \$10.485 en Rappicréditos correspondientes a Lomo De Cerdo que te llegó diferente. Si prefieres que hagamos un reembolso a tu tarjeta por favor contesta a este correo y con gusto ajustaremos los Rappicréditos y haremos el reintegro a tu tarjeta de crédito. Recuerda que en este caso a pesar de que nosotros realizaremos la reversión de inmediato, las instituciones financieras pueden tomar hasta 20 días hábiles en reflejarla en tu cuenta. Nuevamente recibe unas sinceras disculpas."
10/05/2020	[REDACTED]	[REDACTED]! Nos encanta saludarte! Sentimos mucho la confusión y molestia generada. En Rappi elegimos esta forma de devolución buscando la mejor conveniencia para ti, debido a que en muchas ocasiones el sistema financiero colombiano nos genera demoras de hasta 20 días hábiles en los reembolsos de cobro a la tarjeta. El saldo que tienes abonado en Rappipay podrás utilizarlo de muchas formas! 1\ Retirarlo por un cajero de Davivienda cuando quieras, teniendo en cuenta que el monto mínimo de retiro es de 10.000 pesos. 2\ Podrás transferirlo a cualquier usuario con Rappipay. 3\ Usarlo para compras a través de la APP. 4\ Para compras en alguno de los miles de comercios y tiendas con código QR. Si deseas retirar por cajero, es muy sencillo: Entrás a tu RappiPay, botón retirar, escoges la opción cajero, confirmas tu PIN de seguridad, digitas el monto solicitado y presionas continuar. De inmediato, recibes un mensaje de texto con tu código de autorización que usarás como validación en el cajero"
10/05/2020	[REDACTED]	[REDACTED]! Queremos disculparnos por la mala experiencia que tuviste con tu pedido. Revisamos tu pedido de Homitos Quinta Paredes 24 HORAS y hemos cargado a tu cuenta \$16.000 en Rappicréditos correspondientes a Torta Milkylato que te llegó diferente. Recuerda que estos Rappicréditos no tienen vigencia y se pueden usar para envíos o productos . Queremos ofrecerte nuestras más sinceras disculpas por el inconveniente presentado, la demora y el tiempo gastado, además del malestar que esto te generó. No queremos que dejes de confiar en Rappi y que nos permitas cambiar esta mala experiencia. Nuevamente recibe unas sinceras disculpas. Si tienes Rappi, tienes todo! Te deseamos un excelente día!"

Así pues, se demuestra la injerencia de la investigada en la materialización de las relaciones de consumo, pues es claro que una transacción entre un vendedor y un comprador se ejecuta con el intercambio de la cosa ofrecida por el precio fijado, el cual es realizado en el caso concreto a través de la plataforma electrónica del sujeto pasivo.

Lo anterior resulta aún más evidente si se tiene en cuenta que además de que todos los pagos se concretan en su página web o aplicativo móvil, cuenta con medios específicamente diseñados por su compañía como "*Rappipay*", pues estos no dependen de ninguna manera ni de los Rappitenderos ni de los aliados comerciales, sino que se configuran como un mecanismo directo para efectuar transacciones en la plataforma de comercio electrónico.

De esta manera, se vislumbra que la labor del sujeto pasivo va mucho más allá de poner en contacto a los sujetos de la relación de consumo, pues hace parte de esta misma en la medida en que participa

directamente en la concreción del negocio jurídico interviniendo en la realización de las transacciones para la adquisición de un bien o servicio a través de su medio electrónico.

Por otra parte, al examinar los medios probatorios obrantes en el plenario se puede advertir que ante las solicitudes y reclamaciones de los consumidores, quien entra a darles trámite es directamente la investigada, y no los aliados comerciales siendo que, de conformidad con lo establecido en el artículo 53 de la Ley 1480 de 2011, los portales de contacto tienen la obligación de establecer la información básica de los proveedores, a fin de que precisamente los compradores puedan elevar sus peticiones, quejas y reclamos ante éstos y no ante el portal.

En ese orden de ideas, resulta contradictorio que si la obligación de atender las reclamaciones recae en cabeza de los proveedores, el sujeto pasivo asuma dicha carga y posteriormente señale que su actuar se limita a poner en contacto a los sujetos de la relación de consumo, cuando ciertamente asume posiciones que corresponden netamente al rol de un verdadero proveedor de bienes y servicios. Llama la atención, además, que la solución ante los inconvenientes es prestada directamente por la sociedad sin que si quiera se haga alusión a alguno de los aliados comerciales o sin que si quiera se remita al consumidor a un contacto con estos últimos, además de que en la mayor parte de los casos se compensa a los consumidores con *rappicréditos*, figura propia de la investigada y completamente ajena al control y dominio de los aliados comerciales y de los *Rappitenderos*.

Así se evidencia, a modo de ejemplo y sin perjuicio de las demás reclamaciones que se analizarán de fondo a lo largo del presente acto administrativo, en las quejas registradas en la tabla N°1 traída a colación en precedencia. Lo mismo ocurre al verificar la respuesta al requerimiento de información allegada con el número de radicado 20-119287-1 del 21 de mayo de 2020 con ocasión de las fallas de calidad presentadas durante la celebración del día de la madre del 2020, pues allí se observa que asume en su totalidad la responsabilidad ante las deficiencias del servicio siendo el encargado de, incluso, realizar directamente el reembolso del valor de las órdenes que no fueron entregadas por los *Rappitenderos*:

"(...) Las siguientes fueron las soluciones brindadas a los usuarios de la Plataforma que presentaron inconvenientes el día 10 de mayo de 2020: Reembolso del cien por ciento (100%) del valor de las órdenes no entregadas a los usuarios por parte de los Rappitenderos(...)"

En ese sentido, no se advierte que en la atención de las peticiones, quejas y reclamos presentadas por los consumidores converjan directamente estos y los aliados comerciales, sino que es la sociedad investigada, a través de su propio departamento de atención al cliente, atiende las solicitudes de los usuarios y se responsabiliza ante estos por las fallas de calidad que se puedan presentar en su operación.

Así las cosas, se encuentra que en la actividad de la investigada subsisten los elementos analizados en oportunidades anteriores por esta Dirección, y que llevan a la conclusión ineludible de que supera los límites de la definición de portal de contacto incorporada en la Ley 1480 de 2011, pues su operación trasciende al mero contacto entre dos sujetos a fin de que estos de manera independiente realicen sus transacciones.

Lo anterior, en tanto que a partir del análisis efectuado se pudo determinar que reporta sus ganancias a partir de la concreción de los negocios jurídicos que se dan a través de su plataforma, de manera que por ello dispone también de una pasarela de pago e incluso de métodos de pago propios y especialmente diseñados para la adquisición de productos en su página web o aplicativo móvil y, en consecuencia, también atiende y soluciona directamente las reclamaciones que presenten los consumidores ante las fallas en la calidad del servicio.

Aunado a lo anterior, debe ponerse de presente que el artículo 53 de la Ley 1480 de 2011 es claro en establecer que los portales de contacto se configuran para permitir la convergencia de dos sujetos, a saber, los consumidores y los expendedores, que en este caso serían los aliados comerciales, sin que esta contemple la existencia de un tercer interviniente como sería el caso de los *"Rappitenderos"*, figura propia de la investigada y que resulta esencial en el desarrollo de sus operaciones.

En tal entendido, es claro que la existencia de dicha figura resulta completamente ajena a la definición de portal de contacto y que se prevale de esta para perfeccionar la relación de consumo, toda vez que el acto de entrega es inherente y no puede desligarse del proceso de comercialización y distribución que se desarrolla para satisfacer una necesidad de consumo.

Lo anterior por cuanto el marco normativo previamente referenciado no solo contempla, respecto de la relación de consumo, que se presente una adquisición de bienes sino que los mismos sean efectivamente entregados a los consumidores, para que éstos finalmente los disfruten y los utilicen; ejemplo de ello, se encuentra en el artículo 3° del mentado estatuto, que contempla los derechos y deberes de los usuarios, entre otros, como el de recibir productos de calidad, que los productos no les causen daños, a poder reclamar y obtener reparación integral por los daños sufridos por dichos bienes; el parágrafo del artículo 7° de la Ley 1480 de 2011, relativo a la garantía legal y que hace referencia a que el proveedor debe responder por la calidad, idoneidad, seguridad y el buen funcionamiento de los productos y que la entrega o distribución de los mismos con descuento, rebaja o carácter promocional está sujeta a las reglas contenidas en la referida ley; asimismo, el artículo 8° indica que el término de la garantía empezará a correr a partir de la entrega del producto al consumidor; el artículo 11 que dispone que dentro de las obligaciones que corresponden a la garantía legal, está la de la entrega material del producto.

Igualmente, el artículo 46 de la Ley 1480 de 2011 señala dentro de los deberes especiales que le asisten a los productores y proveedores en las ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia, como la que ocurre aquí en la presente investigación, el de cerciorarse que la entrega del bien o servicio se realice efectivamente en la dirección indicada por los usuarios así como el deber de informarles previo a la adquisición de los mismos, el tiempo de entrega; el artículo 47 de la referida ley, concerniente a la prerrogativa de retracto, en la que se determina que el término máximo de ejercicio es de cinco (5) días hábiles contados a partir de la entrega del bien.

Asimismo, el literal c) del artículo 50 ibídem, dispone lo referente a que los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrecen productos utilizando medios electrónicos, tienen el deber de informar en dicho medio, el tiempo de entrega del bien o la prestación del servicio; el literal d) de la referida norma, que indica que una vez se concluye la transacción se le debe remitir al consumidor la información precisa del tiempo de entrega, el literal e) que establece el mandato categórico de mantener mecanismos de soporte duradero la prueba de la relación comercial, en especial, la identidad plena del consumidor, la voluntad expresa de contratar, la forma en que se realizan los pagos y la entrega real y efectiva de los bienes o servicios adquiridos; el literal h) que determina que el proveedor debe entregar el pedido a más tardar en el plazo de treinta (30) días calendario a partir del día siguiente a aquel en el que el consumidor le haya comunicado su pedido y en caso de que la entrega supere dicho lapso o que no esté disponible el producto adquirido, el usuario podrá resolver o terminar el contrato unilateralmente y obtener la devolución de todas las sumas pagadas sin que haya lugar a retención o descuento alguno.

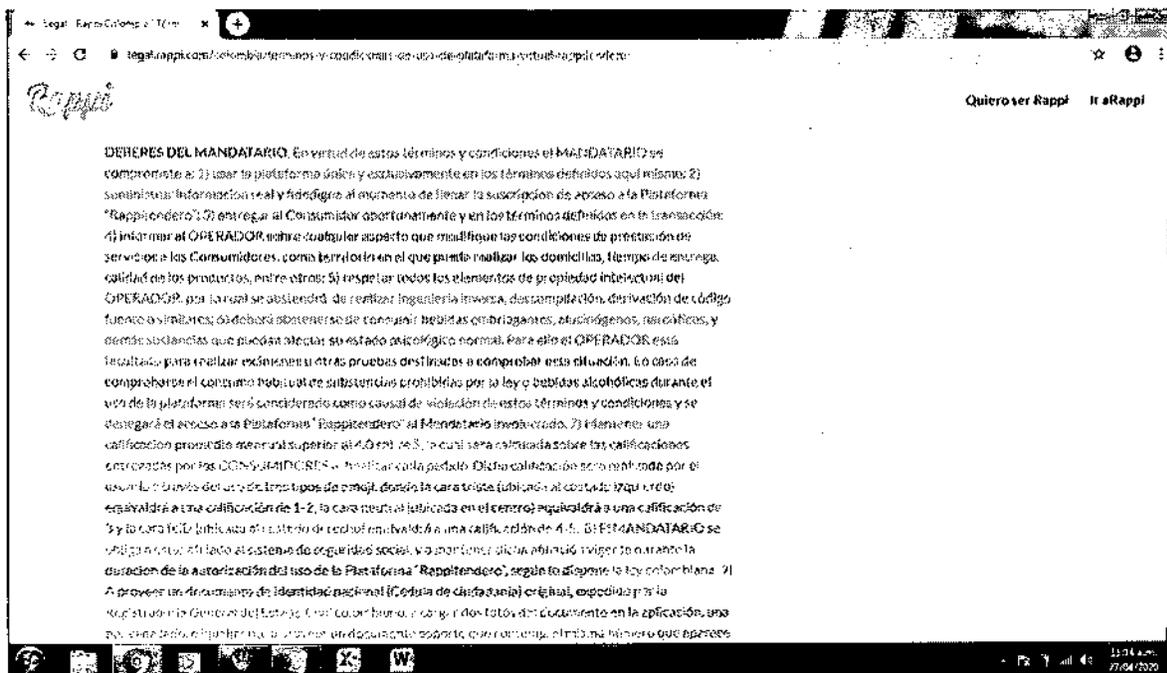
Del mismo modo, el artículo 51 del Estatuto del Consumidor referente a la prerrogativa de reversión del pago, establece aparte de la compra y adquisición de bien, que se aplique el referido derecho cuando al consumidor no se le haya entregado el producto, no corresponda a lo solicitado o sea defectuoso.

En ese orden y como se evidencia, el surgimiento y el perfeccionamiento de esa relación de consumo no solo está dado porque los consumidores adquieran los bienes y/o servicios ofrecidos, sino porque se dé la efectiva entrega de los mismos. En esa medida, es claro que la investigada es la que se encarga a través del empleo de los "rappitenderos" de realizar la entrega de los bienes que adquieren los consumidores, con el fin de que se satisfaga la relación de consumo que se lleva a cabo a través de su plataforma.

Ahora bien, aun cuando en su escrito de descargos el apoderado pretende encajar dicha figura dentro de la categoría de usuario independiente de la plataforma, lo cierto es que los "Rappitenderos" se encuentran supeditados a las instrucciones del sujeto pasivo, es decir, la sociedad no solo creó la figura y se prevale de ella para poder ejecutar sus operaciones, sino que establece una serie de obligaciones en cabeza de este sujeto que evidencian la injerencia directa que tiene sobre su manejo,

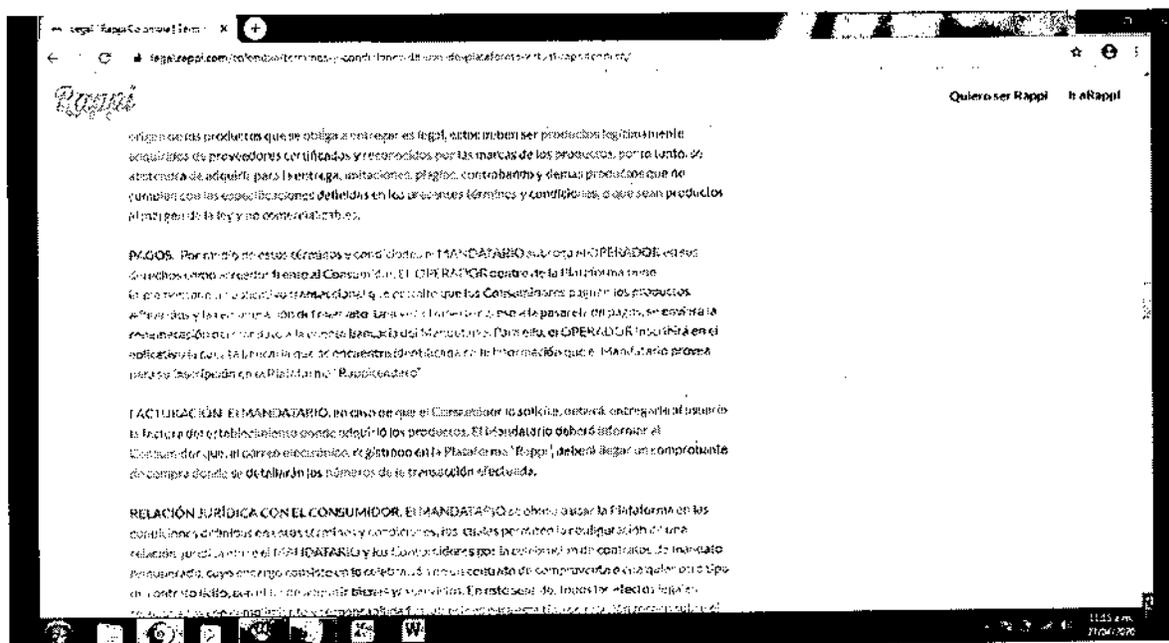
dentro de las cuales se encuentra la entrega efectiva e incluso la necesidad de mantener una calificación promedio, como se muestra a continuación:

Imagen N°3. Extracto de visita administrativa <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataformavirtualrappitendero/>. Radicado N°19-198723-10



Aunado a lo anterior, es claro que la investigada tiene la facultad de subrogarse en los créditos y posición del "rappitendero", reemplazándolo y convirtiéndose en el acreedor del usuario en esa relación de consumo, situación que da cuenta de que no actúa como un simple portal de contacto, sino que tiene injerencia también en el pago que se da con ocasión de la relación de consumo originada en la plataforma de comercio electrónico pudiéndose convertir en un acreedor del usuario, bajo la modalidad de subrogación de los derechos patrimoniales que le corresponden al mandatario-Rappitendero, como se observa en el siguiente extracto de la visita administrativa efectuada por esta autoridad el 27 de abril de 2020:

Imagen N°4. Extracto de visita administrativa <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataformavirtualrappitendero/>. Radicado N°19-198723-10



En ese entendido, se advierte que las relaciones de consumo se configuran desde la etapa pre contractual, es decir desde el momento en que los consumidores toman conocimiento del producto o servicio ofrecido, pasan a la etapa contractual, que es cuando éstos celebran efectivamente el negocio

jurídico para adquirir lo ofrecido por el sujeto pasivo a través de su plataforma a cambio de un precio establecido y así obtener la efectiva entrega de los mismos e inclusive dicho vínculo está presente en una etapa post contractual, donde el proveedor deberá responder, por ejemplo, por la calidad, idoneidad, seguridad de lo adquirido, la garantía legal, etc.

En ese sentido, es en la etapa contractual donde la figura del *Rappitendero* cobra relevancia, toda vez que, la investigada como proveedor de una variedad de productos y servicios que se encuentran en su plataforma, los pone a disposición de los consumidores para que éstos satisfagan una necesidad de consumo, pero ésta sólo se consolida y perfecciona cuando los usuarios pagan el precio y efectivamente reciben lo que han adquirido en el marco de la relación de consumo.

En tal entendido, la investigada en este caso, no solo limita su actuar a ofrecer bienes y/o servicios, sino que al tener a su cargo la efectiva distribución y entrega de lo que se adquiere a través de su plataforma, utiliza la figura del *Rappitendero* con el fin de perfeccionar la relación de consumo, toda vez que el acto de entrega es inherente y no puede desligarse del proceso de comercialización y distribución que se desarrolla para satisfacer una necesidad de consumo.

Aceptar lo contrario, no solo desdibujaría el propósito del Estatuto del Consumidor sino que anularía la existencia de una relación de consumo, toda vez que los consumidores acuden al mercado de bienes y servicios con el objetivo no solo de adquirirlos, sino también de disfrutarlos y utilizarlos para satisfacer necesidades propias, privadas, familiares, domésticas y empresariales cuando no estén ligadas intrínsecamente a sus actividades económicas.

Así y visto lo anterior, es claro que el *Rappitendero* no es una figura aislada dentro de la cadena que tiene establecida la investigada para llevar a cabo sus actividades en el mercado, sino que por el contrario, éstos se encuentran subordinados a lo que ésta les indique y ésta a su vez, se prevalece de dicha figura para poder realizar dentro de su proceso como proveedor que emplea medios electrónicos, la entrega efectiva de lo que adquieren los consumidores, para que éstos puedan disfrutarlos y utilizarlos y así perfeccionar la relación de consumo que surge a través de su plataforma.

Finalmente, también se pudo establecer que ésta realizaba de forma directa publicidad, promociones y ofertas respecto de los bienes y/o servicios que se encontraban en su plataforma de comercio electrónico, tal como consta en el anexo 2.1 del radicado número 19-198723-9 del 22 de enero de 2020 y en la carpeta denominada "*Piezas publicitarias*" del radicado número 20-16890-2 del 11 de febrero de 2020. Así mismo, se pudo establecer que tenía injerencia directa respecto de la información pública de precios y podía tramitar reversiones de pago que le solicitaran los consumidores, como consta en la relación de peticiones, quejas y reclamos allegada con el número de radicado 20-119287-1 del 21 de mayo de 2020, que se analizarán con posterioridad.

Así pues, en atención a las consideraciones expuestas, es claro que la operación desplegada por la investigada no se ciñe a la definición de un portal de contacto sino que se ajusta a los elementos que son propios de un proveedor habitual de bienes y servicios mediante un portal de comercio electrónico, toda vez que es a través de su plataforma que se perfeccionan las relaciones de consumo de las cuales obtiene sus ingresos, para las cuales cuenta con una plataforma electrónica y medios de pago propios -"*rappipay*", así como una figura propia para lograr la entrega efectiva de los bienes allí adquiridos -"*Rappitendero*", y la existencia de un canal de atención al cliente que se encarga no de transmitir las reclamaciones a los aliados comerciales, sino de brindar solución directa a las fallas que se presenten en el desarrollo de su actividad.

En ese sentido, no existe una vulneración a los principios de legalidad y tipicidad que deben regir el proceso, pues la actuación administrativa ha estado enmarcada en las normas preexistentes y que resultan aplicables al caso concreto de conformidad con lo estudiado, a saber, las disposiciones contenidas en el Estatuto del Consumidor, de manera que, de llegarse a comprobar la existencia de las infracciones endilgadas, será precisamente porque la conducta de la investigada encaja dentro del supuesto de hecho que da lugar a la sanción correspondiente.

Así mismo, resulta oportuno indicar que aun cuando en uno de los requerimientos de información efectuados por esta Autoridad se mencionó la expresión "portal de contacto", es evidente, que las

imputaciones fácticas endilgadas hablan claramente de una plataforma de comercio electrónico y, así mismo, en órdenes administrativas y decisiones previamente proferidas por esta Dirección, la investigada ya había sido reconocida como un proveedor habitual de bienes y/o servicios a través de comercio electrónico con ánimo de lucro. Actos administrativos que han sido conocidos e incluso controvertidos por la sociedad por lo que, no se entiende como una sola expresión generaría confusión para la misma e impediría que ejerciera adecuadamente su derecho de contradicción, siendo que es conocido para esta, que se le ha venido tratando como un verdadero proveedor de bienes y servicios que utiliza para su comercialización medios electrónicos, desde antes de la presente investigación administrativa.

27.1.3. Frente a la indebida formulación de cargos en relación con la imputación N°1:

Al respecto, el apoderado de la sociedad investigada en su escrito de descargos manifestó que esta Dirección incurrió en algunas imprecisiones legales, fácticas y probatorias que, de ser corregidas, harían de la imputación fáctica N°1 inexistente, por las razones que se exponen a continuación:

"(...) Con respecto al Rappifavor, la Dirección no describe las características inherentes al servicio y por qué éstas se ven supuestamente incumplidas por Rappi, desatendiendo los elementos necesarios para encontrar una vulneración del artículo 23 de la Ley 1480 y, con ello, el principio de tipicidad que debe regir los procesos administrativos sancionatorios.

En la imputación fáctica N° 1, relacionada con el Rappifavor, se echa de menos la adecuación típica de la conducta aducida en cabeza de Rappi. Contrario a lo que expone la Dirección, la existencia de trescientas treinta (330) peticiones, quejas y reclamos presentadas por los Usuarios de la Plataforma en el periodo comprendido entre el 1 de julio y el 10 de diciembre de 2019, no prueban una violación del artículo 23 por parte de Rappi. En primer lugar, porque la existencia de peticiones, quejas y reclamos no es muestra de la falta de calidad en un servicio. Más aún, las peticiones, quejas y reclamos materializan una obligación de la Ley 1480, en virtud de la cual se deben disponer de canales para que los consumidores o usuarios puedan manifestar sus opiniones frente a los bienes que adquieren o los servicios que se les prestan; en segundo lugar, porque las peticiones, quejas y reclamos hacen parte del curso normal de un negocio comercial; en tercer lugar, porque no existen bases jurídicas para equiparar, como parece hacer la Dirección, el concepto de 'calidad' de un bien o servicio, establecido en la Ley 1480, con el de concepto de 'perfección'; en cuarto lugar, porque no todas las peticiones, quejas y reclamos expuestas por la Dirección se relacionan con las características inherentes o atribuidas al Rappifavor; finalmente, si la Dirección hubiese realizado un ejercicio comparativo sobre la proporción de Rappifavores sujetos a peticiones, quejas y reclamos frente a aquellos que se llevaron a cabo de forma satisfactoria, hubiese concluido que los primeros no son significativos.

Por otra parte, con respecto al encargo para adquirir productos de Aliados Comerciales, la Dirección, nuevamente, omite describir el servicio al que se le imputa una aducida falta de calidad, sus características inherentes y el supuesto incumplimiento de ellas por parte de Rappi. Adicionalmente, para formular el cargo con respecto al encargo para adquirir productos de Aliados Comerciales, la Dirección parte de una premisa errónea, equiparando el servicio prestado por Rappi con el que prestan sus Aliados Comerciales. Sobre esta base, la Dirección aduce que Rappi debe responder por la preparación, venta y entrega de los productos de los Aliados Comerciales, y que peticiones, quejas y reclamos relacionados con, por ejemplo, la cocción de la comida de un restaurante, demuestran una falla en la calidad del servicio de Rappi. Puesta en estos términos, resulta evidente que la imputación fáctica en mención es imprecisa y su adecuación típica se aleja de la realidad.

Adicionalmente, las pruebas usadas por la Dirección para sostenerla, nuevamente, se limitan a exponer un número de peticiones, quejas y reclamos presentadas por los Usuarios de la Plataforma. Es importante insistir en este punto que las peticiones, quejas y reclamos no son una prueba idónea ni suficiente para comprobar una violación del artículo 23 de la Ley 1480, menos cuando no todas ellas se relacionan con las características inherentes o atribuidas al servicio objeto de la imputación. Usar las peticiones, quejas y reclamos como evidencia para encontrar violaciones al artículo 23 de la Ley 1480, sin ninguna consideración adicional, genera desincentivos para que las empresas estén dispuestas y abiertas a recibirlas.

La premisa errónea que sirve como base para formular el cargo frente al encargo de adquirir productos de Aliados Comerciales es aplicada también para el caso específico de la venta de bebidas alcohólicas. Desconociendo el modelo de negocio de Rappi, la Dirección sostiene que esta empresa debe garantizar, a toda costa, que las personas que adquieren bebidas alcohólicas de Aliados Comerciales son mayores de edad. Para la Dirección no basta que Rappi tome las medidas técnicas posibles para asegurarse de que (i) los Usuarios que se registran en la Plataforma son mayores de edad y (ii) los Usuarios que desean adquirir bebidas alcohólicas, previo a hacerlo, deban responder de forma afirmativa que son mayores de edad. En su argumentación, la Dirección parece poner en cabeza de Rappi una responsabilidad similar a la que tienen los padres de familia como custodios de sus hijos, concretamente respecto del consumo de bebidas embriagantes cuando no tienen la mayoría de edad. Esto no solo resulta excesivo sino también carente de sustento normativo, en el marco del artículo 23 de la Ley 1480.

Adicionalmente, las pruebas sobre las que se basa esta formulación de cargos, como se verá más adelante, son altamente cuestionables, al no cumplir con lo dispuesto en la Ley 527 de 1999 para ser valoradas en su calidad de mensajes de datos, a saber: (i) que la información vertida en el mensaje de datos sea accesible para posterior consulta, (ii) que el mensaje se conserve en el formato en el cual se generó inicialmente, en aras de demostrar la reproducción con exactitud de la información generada y (iii) que se conserve la información relativa al origen, destino, fecha y hora de envío, recepción y producción del mensaje de datos. En este punto es importante resaltar que el uso de estas pruebas, además de ser contrario a la ley, vulnera el derecho de contradicción que tiene Rappi como parte fundamental de su derecho al debido proceso.

Finalmente, con respecto a la formulación de cargos relacionada con el encargo de adquirir productos de Aliados Comerciales durante el día de la madre en Colombia, se echa de menos una valoración de esta Dirección sobre la existencia de una fuerza mayor relacionada no solo con una extraordinaria demanda de la Plataforma en ese día particular, sino también con la existencia de una pandemia mundial que pone una presión excepcional en plataformas virtuales como la de Rappi(...)"

Sea lo primero señalar que no se entiende por qué la investigada, al referirse a la supuesta indebida formulación del cargo número 1 se refiere a la presunta vulneración del artículo 23 de la Ley 1480 de 2011 cuando lo que se imputa es una falla en la calidad del servicio prestado por la investigada, que se configuraría como una infracción a lo dispuesto en el artículo 6 de dicha normativa.

Con todo, y frente a la afirmación según la cual esta Dirección no describió por qué las características inherentes al servicio de "Rappifavor" fueron incumplidas, debe indicarse que, contrario a lo que afirma la investigada, en el acto administrativo de formulación de cargos se especificó que fue porque se generó una falla en el servicio, con base en las siguientes razones: la cancelación del servicio, la no devolución del dinero cuando el servicio no se prestó, las fallas en el cobro e incidentes con los repartidores por doble cobro (pago electrónico y pago en efectivo), la no entrega o entrega en mal estado del pedido, la no aplicación de promociones ni de pagos con Rappicréditos y pérdida de los productos que se envían a través del RAPPIFAVOR, entre otras circunstancias. Así mismo, resulta evidente que tales condiciones son las inherentes y atribuidas al servicio, de conformidad con lo informado por la propia investigada mediante el número de radicado 20-16890-2 del 11 de febrero de 2020 que hace parte integral de la presente investigación administrativa, y en el que señala:

"(...) El servicio de Rappifavor consiste, en que por medio de la plataforma de contacto Rappi, un Consumidor contrata los servicios de un Rappitendero, para que éste realice un encargo con base en las instrucciones que reciba. Generalmente, el Rappitendero debe llevar una enmienda del Punto A al Punto B, por expresa instrucción del Consumidor. Debe quedar claro que Rappi no presta el servicio de RappiFavor. Rappi solo funge como una plataforma de contacto que presta un servicio de tecnología para facilitar el intercambio de bienes y servicios a cambio de una prestación entre diferentes tipo de usuarios. El servicio de Rappifavor lo prestan directamente los Rappitenderosa los Consumidores por expresa solicitud de estos. Por otro lado, vale la pena recalcar que los Rappitenderos no tienen ningún tipo de vínculo laboral con Rappi, en la medida que son contratados directamente por los Consumidores para realizar los encargos que éstos les indiquen. Los tipos de encargos que normalmente solicitan los Consumidores a los Rappitenderos son:

- Envío de documentos.
 - Envío de unas llaves.
 - Envío de paquetes.
 - Llevar lonchera al colegio.
- (...)

Este servicio lo prestan los Rappitenderos a favor de los Consumidores desde noviembre de 2015 y surgió por expresa solicitud de los Consumidores que pedían tener un botón para solicitar cualquier tipo de encargo.

(...)

El servicio de Rappifavor tiene una tarifa base de cuatro mil cuatrocientos pesos M/TE (\$4.400), que comprende una distancia de hasta dos kilómetros (2km), hasta dos (2) direcciones o puntos de acción y hasta sesenta (60) minutos de servicio. Agotados tales puntos de acción, distancia y minutos, el valor del servicio incrementara por recargos extras según diferentes factores, como se explica a continuación.

Adicionalmente, se cobra el uno por ciento (1%) sobre el valor declarado por el Consumidor.

(...)

1. Recargos por distancia. Agotados los dos kilómetros (2km):
 - a. Del kilómetro dos (2) al diez (10), se cobra ciento diez pesos M/CTE (\$110) por cada cien metros (100m).
 - b. A partir del Kilómetro diez (10), se cobra doscientos veinte pesos M/CTE (\$220) por cada cien metros (100m).
2. Recargo por punto o dirección adicional. Agotados los dos (2) puntos de acción o direcciones, se cobra mil pesos M/CTE (\$1000) por cada dirección o punto adicional.
3. Recargo por tiempo. La tarifa base comprende hasta sesenta (60) minutos de servicio. Una vez agotado dicho término, se cobra doscientos pesos M/CTE (\$200) por cada minuto adicional.

(...)

En la esquina superior izquierda de la pantalla de Rappifavor se encuentra un botón informativo '(i)' donde se explica al Consumidor todos los cargos, tal y como se muestra en las imágenes 1 y 2 del Anexo 2 del presente documento.

(...)

En primer lugar, se aclara que las tarifas y recargos extras que se cobran a los Consumidores por la prestación del servicio de RappiFavor, son determinadas mediante grupos focales compuestos por Rappitenderos, en que se ponen de presente las diferentes circunstancias del servicio.

De acuerdo con esto, Rappi S.A.S. realiza el cálculo de los cargos extra teniendo en cuenta los siguientes factores: i) La distancia entre los puntos de acción o direcciones, el cual se calcula a través de los sistemas de localización utilizados por la plataforma de contacto Rappi; ii) El número de puntos de acción o direcciones indicados por el Consumidor a través de la plataforma de contacto Rappi, al momento de generar la orden; y, iii) El tiempo de duración del servicio de RappiFavor prestado por el Rappitendero, el cual es monitoreado a través de la plataforma de contacto Rappi, desde el momento en que la orden inicia y hasta el momento en que la misma finaliza (...).

Así pues, debe tenerse en cuenta que aun cuando no se mencionaron expresamente las características del servicio, lo cierto es que las mismas estaban establecidas a partir de la información aportada por la investigada dentro del curso de la presente investigación administrativa. De allí que se hayan encontrado los elementos necesarios para evidenciar una posible trasgresión normativa y formular cargos.

Ahora bien, en cuanto a los encargos para adquirir productos con los aliados comerciales que menciona el sujeto pasivo, incluyendo las bebidas alcohólicas y los bienes comercializados en el día de la madre, esta Dirección considera oportuno reiterar, de conformidad con lo señalado previamente en el numeral 27.1.2. del presente acto administrativo, que la sociedad investigada ejecuta actividades como proveedor de bienes y servicios a través de plataforma de comercio electrónico y no como mero portal de contacto por lo que no se parte de una premisa errónea como lo pretende hacer ver el apoderado, en la medida en que no hubo una confusión por parte de esta Dirección frente al modelo

de negocio de la investigada, sino que se reitera, la calidad de proveedor de bienes y servicios ya había sido reconocida previamente.

Por otra parte, en cuanto a los argumentos relacionados con el volumen de peticiones, quejas y reclamos, y la fuerza mayor para los hechos presentados con ocasión del día de la madre, esta Autoridad se remite a lo manifestado en el acápite 27.1.1., en el sentido de indicar que por el tipo de régimen de responsabilidad objetiva aplicable al caso concreto, tales argumentos no pueden ser de recibo, en la medida en que basta con la existencia de una infracción normativa para que este Despacho pueda desplegar sus facultades sancionatorias, con independencia de la cantidad de reclamaciones frente al número de servicios ejecutados y, en tanto que la fuerza mayor no solo debe ser alegada sino sustentada a través de medios probatorios por el sujeto pasivo de la presente investigación. No obstante, se aclara que el estudio particular sobre la fuerza mayor se realizará más adelante cuando se efectúe el análisis de fondo correspondiente a los cargos que se cuestionan.

Finalmente, en lo que atañe al incumplimiento de los requisitos establecidos en la Ley 527 de 2011 que alega la investigada respecto a las pruebas relacionadas con la adquisición de bebidas alcohólicas por parte de menores de edad a través de la plataforma RAPPi, esta Dirección debe señalar que los mismos serán abordados posteriormente, toda vez que aunque fueron mencionados someramente en este punto fueron desarrollados de manera concreta por el apoderado al referirse a la existencia de una supuesta nulidad probatoria. En ese orden de ideas, serán tratados al analizar este último tema, esto es, en el acápite 27.1.7. del presente acto administrativo.

27.1.4. Frente a la indebida formulación de cargos en relación con la imputación N°2:

Sobre este aspecto, el apoderado de la investigada mediante el escrito de descargos allegado a esta Dirección con el número de radicado 19-198723-26 del 9 de junio de 2021, señaló:

"(...) La aducida violación de los artículos 23, 9 y 30 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el numeral 2.1.2.4 de la Circular Única de esta Superintendencia, se basa, nuevamente, en una premisa errónea por parte de la Dirección sobre el modelo de negocio de Rappi. Si bien la Dirección cataloga a Rappi como un portal de contacto, desconoce que, en tal calidad, no cumple con ninguna de las características que la misma SIC ha reconocido como necesarias para ser catalogada como anunciante, a saber: (i) hacer o divulgar publicidad por cuenta propia o a su nombre (ii) con el fin de promover productos o influir en el comportamiento del consumidor con respecto a los mismos.

Lo anterior tiene sentido si se considera que, en su reconocida calidad de portal de contacto, Rappi no tiene ningún interés en que los productos de sus Aliados Comerciales sean efectivamente adquiridos en menor o mayor cantidad por parte del consumidor. Dicho interés se reputa de los Aliados Comerciales en su calidad de proveedores o productores de los bienes y servicios que se ofrecen a través de la Plataforma. Es de destacar que Rappi es el medio de comunicación que utilizan los Aliados Comerciales para anunciar sus productos, de tal manera que el contenido de la publicidad no es determinado unilateralmente por Rappi.

Sin perjuicio de lo anterior, como se menciona más adelante en este escrito, Rappi se preocupa porque la publicidad de los productos o servicios de sus Aliados Comerciales cumpla con la normatividad correspondiente y respete, en todo momento, los derechos de los consumidores en Colombia. Muestra de ello es la inclusión de cláusulas en sus contratos con los Aliados Comerciales en virtud de las que éstos se obligan a que su publicidad esté acorde con la normatividad colombiana respectiva.(...)"

Al respecto, este Despacho debe reiterar nuevamente lo expuesto previamente en el numeral 27.1.2. del presente acto administrativo, que la sociedad investigada ejecuta actividades como un proveedor habitual de bienes y/o servicios a través de comercio electrónico y no como mero portal de contacto, de forma que ésta realizaba de forma directa publicidad, promociones y ofertas respecto de los bienes y/o servicios que se encontraban en su plataforma. De esta manera, aun cuando el apoderado aduce que la publicidad corresponde de manera exclusiva a los aliados comerciales, a partir de las piezas publicitarias aportadas por la misma investigada se evidencia el uso de elementos alusivos a la sociedad RAPPi S.A.S., tales como su logo, su nombre, el color naranja que lo caracteriza, o incluso,

la remisión a términos y condiciones de la plataforma Rappi frente al ofrecimiento de un producto, tal y como se ilustra a continuación:

Imagen N°5. Publicidad Drink Friday. (Radicado N°19-198723-9)



Imagen N°6. Publicidad producto 10% de descuento en Poker. (Radicado N°19-198723-9)

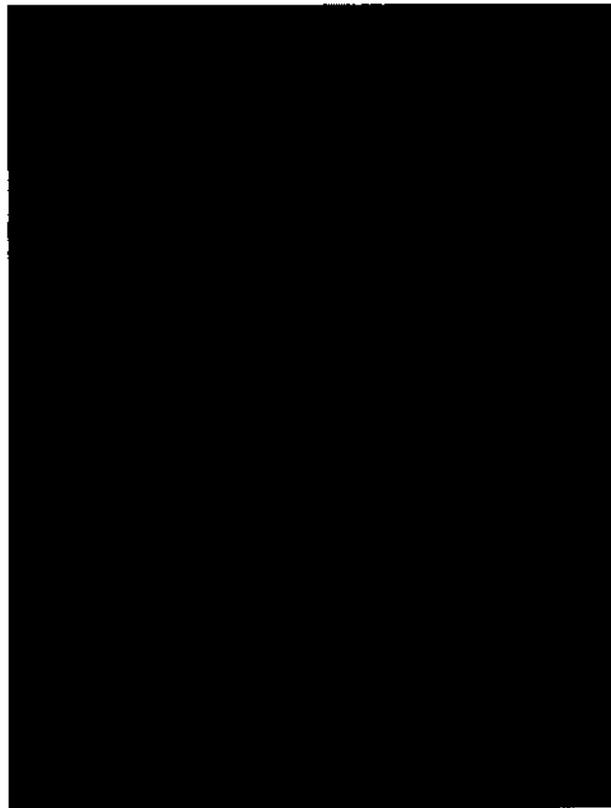


Imagen N°7. Publicidad 25% de descuento en Dewars. (Radicado N°19-198723-9)

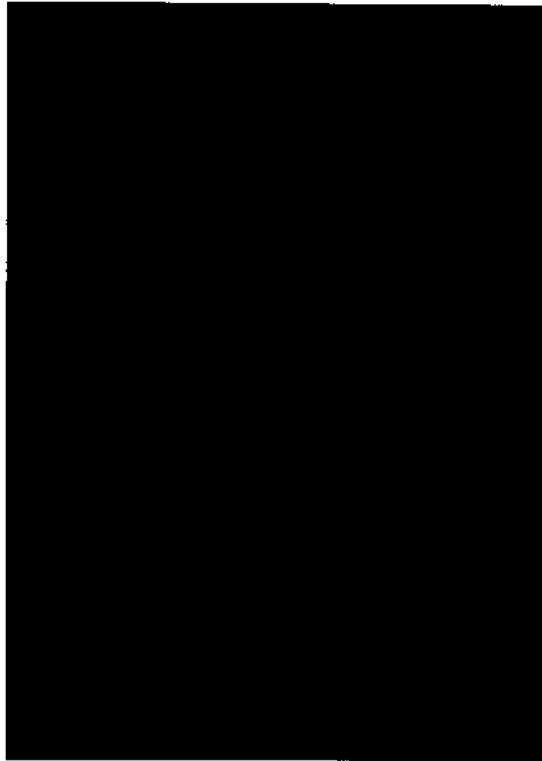


Imagen N°8. Publicidad 2x1 Whisky White Walker. (Radicado N° 19-198723-9)

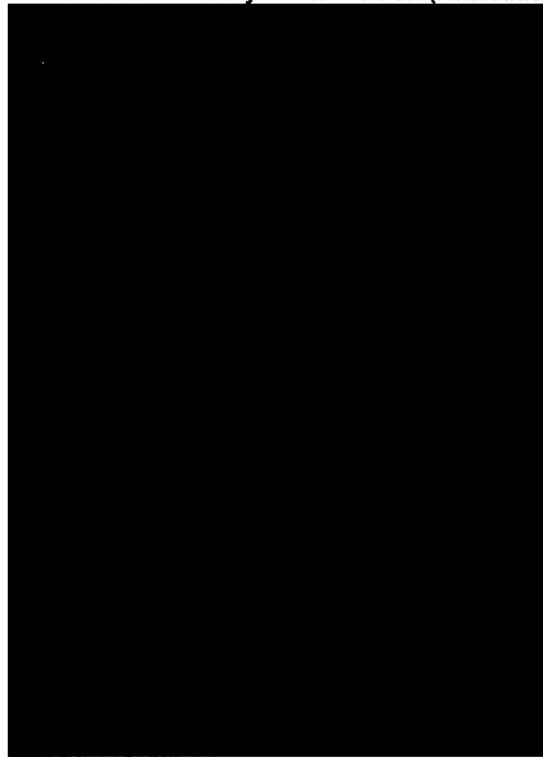
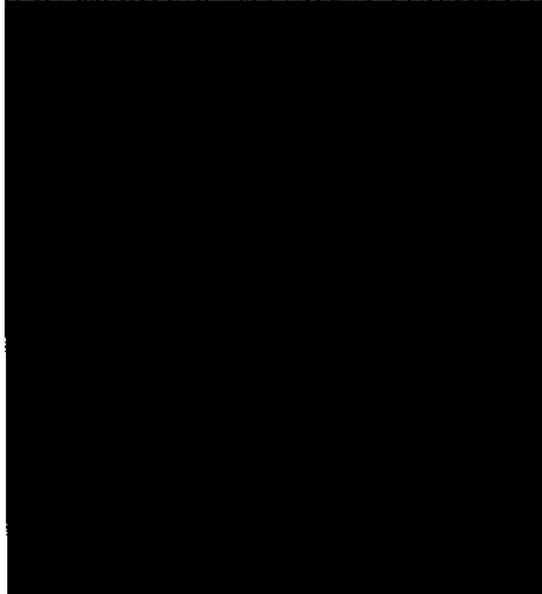


Imagen N°9. Publicidad Navidad Rappi. (Radicado N°19-198723-9)



"Por la cual se decide una actuación administrativa"

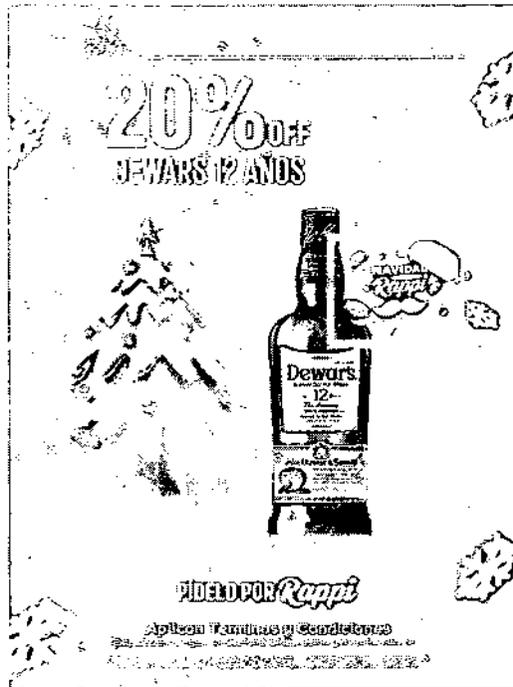
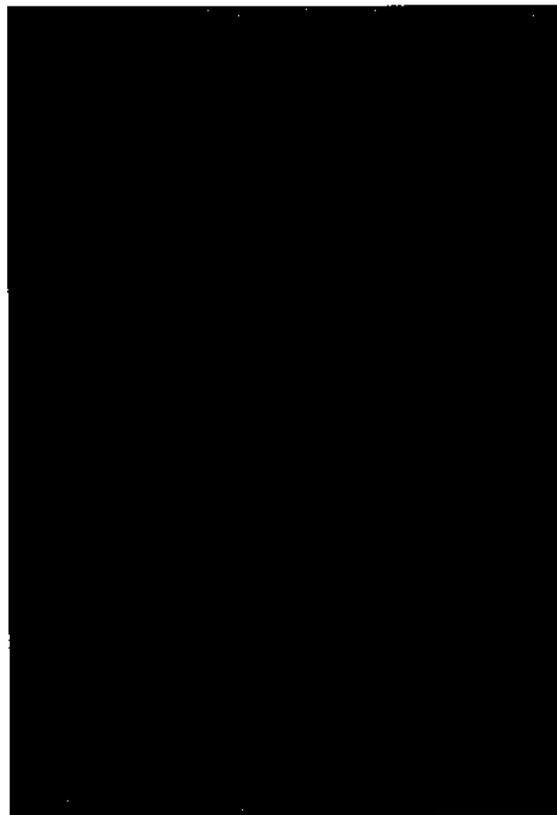


Imagen N°10. Publicidad Drink Friday 2. (Radicado N°19-198723-9)



Así pues, en la Imagen N°5, si bien no se puede observar específicamente el logo de Rappi, lo cierto es que al ser dispuesta en dicha plataforma, junto con los colores que la conforman y la remisión a términos y condiciones de dicha plataforma y no a la ningún otro anunciante, evidencian que la publicidad empleada si corresponde a la investigada. En cuanto a las imágenes N°6, 7, 8, 9 y 10, se puede advertir claramente no solo el color alusivo a la marca sino el logo de la empresa y la alusión a términos y condiciones de la plataforma de comercio electrónico Rappi frente al ofrecimiento realizado, sin que se haga referencia a ningún otro proveedor de bienes y servicios en concreto.

En ese sentido, debe tenerse en cuenta que tanto los textos, particularmente la expresión "Rappi", como las imágenes, verbigracia el logo de bigote y los colores utilizados en la publicidad, son características que coinciden con el servicio prestado por la sociedad investigada, de forma que por la forma en la que están elaborados los anuncios, el consumidor estará predispuesto a creer que se trata de ofrecimientos de la sociedad, lo cual adquiere aún más relevancia si se tiene en cuenta que en ningún momento se alude a alguna otra sociedad en concreto como anunciante del ofrecimiento.

Por otra parte, en lo que tiene que ver con la afirmación según la cual *"Rappi no tiene ningún interés en que los productos de sus Aliados Comerciales sean efectivamente adquiridos en menor o mayor cantidad por parte del consumidor"*, esta Dirección debe señalar que por el contrario, y como ya se ha venido mencionando, el sujeto pasivo tiene participación e injerencia respecto de las transacciones que se llevan a cabo en su plataforma, de forma que las mismas ocasionan que su patrimonio se vea incrementado a medida que se perfeccionan las relaciones de consumo.

Finalmente, debe agregarse que, teniendo en cuenta que se encuentra demostrado en el presente procedimiento administrativo que la investigada ostenta la calidad de proveedor de bienes y servicios a través de su plataforma de comercio electrónico, así como la de anunciante, no basta con que se preocupe porque la publicidad *"de sus aliados"* cumpla con la normatividad correspondiente sino que debe asegurarse de que los anuncios que esta misma emite se ciñan también a los presupuestos normativos. En otras palabras, no puede pretender desligarse de su responsabilidad atribuyéndola a sus aliados comerciales y al supuesto incumplimiento de estos de cara a la normativa vigente sobre publicidad sino que, teniendo en cuenta que esta misma divulga anuncios con el fin de influir en la decisión de consumo de los usuarios de su plataforma y obtener ganancias, le corresponde también la cabal aplicación de los requisitos dispuestos en la Ley 1480 de 2011 y demás normas concordantes.

En consecuencia, encuentra esta Dirección que la investigada si emitió publicidad en lo que respecta a la venta de bebidas alcohólicas pues elaboró por su cuenta los anuncios reproducidos con anterioridad con el fin de influir en la decisión de consumo de bebidas alcohólicas, en este caso, a través del ofrecimiento de estos productos a través de condiciones temporalmente más favorables.

27.1.5. Frente a la indebida formulación de cargos en relación con la imputación N°3:

En lo que atañe a este particular el sujeto pasivo a través de su apoderado manifestó que la obligación contenida en el artículo 50 de la Ley 1480 de 2011 no le es exigible en atención al modelo de negocio de la compañía, lo cual expresó de la siguiente manera:

"(...) En la Resolución N°82505 de 2020, la Dirección sostiene la existencia de un presunto incumplimiento de los literales c) y d) del artículo 50 del Estatuto de Protección al Consumidor, en concordancia con el artículo 23 del mismo. Concretamente, expone la Dirección que Rappi no informa a los Usuarios de la Plataforma sobre los tiempos de entrega de los pedidos y tampoco sobre los términos y condiciones de sus servicios.

Sobre esta imputación de cargos es importante reconocer, en primera medida, que tal como lo indica el texto del artículo 50 de la Ley 1480, la aplicación de la norma recae sobre las denominadas plataformas de comercio electrónico, calidad que no tiene Rappi, quien es un portal de contacto en los términos del artículo 53 del Estatuto. Al asumir una naturaleza jurídica errónea frente al portal Rappi, la Dirección incurre en una indebida formulación del cargo, dado que considera incumplidos por parte de esta Compañía deberes que no le son aplicables en su calidad de portal de contacto.

Ahora bien, de considerarse que el artículo 50 de la Ley 1480 es aplicable a los portales de contacto, la imputación del cargo en mención también es inexistente. Con respecto a la información sobre el tiempo de entrega de los pedidos, la Dirección desconoce que el tiempo de entrega de los pedidos no es determinado por Rappi y que la labor de esta empresa se limita a informarlo, dentro de su calidad como portal de contacto. Específicamente, desconoce la Dirección que el tiempo de entrega de los pedidos es el resultado de una combinación de numerosas variables que Rappi no controla ni determina, por ejemplo: aceptación del pedido por parte del Aliado Comercial y del Rappitendero, tiempo de cocción o preparación de los pedidos, distancia del Rappitendero con respecto al Aliado Comercial y a la dirección de entrega del pedido, entre otros. Por ende, contrario a lo que expone la Dirección, Rappi no determina el tiempo informado a través de su plataforma.

Ahora, con respecto al tiempo en mención, aduce la Dirección que no se informa con el carácter de 'estimado'. Esto, con base en la captura de pantalla de los botones de los diferentes Aliados Comerciales. Sin embargo, frente a este punto la Dirección deja de valorar pruebas que muestran lo contrario a las afirmaciones que realiza. Concretamente, se echa de menos que la Dirección evalúa que, una vez realizado un pedido, se le muestra al Usuario el tiempo de entrega como 'estimado', tanto en la pantalla principal de la Plataforma como en la

pantalla donde aparece el pedido. Por ende, la escogencia y valoración de pruebas en el cargo en mención resulta, a lo sumo, muy limitada.

Finalmente, con respecto a la existencia y disponibilidad de los términos y condiciones de los servicios prestados por Rappi, contrario a lo que aduce la Dirección y como se demuestra más adelante en este escrito, dichos términos y condiciones sí están disponibles en los canales respectivos. (...)".

Así pues, en lo que respecta a la exigencia o no de la obligación contenida en el artículo 50 de la Ley 1480 de 2011 debe señalarse que, de conformidad con lo dilucidado en el numeral 27.1.2 del presente acto administrativo, se encuentra demostrado que la sociedad investigada actúa como proveedor de bienes y servicios a través de plataforma de comercio electrónico, por lo que en este punto solo se discutirán los argumentos relacionados directamente con el tiempo de entrega de los pedidos.

En ese orden de ideas, y en cuanto a las demás afirmaciones esgrimidas, es menester indicar que aun cuando la investigada aduce que el tiempo de entrega de los pedidos es producto de numerosas variables que no controla, lo cierto es que en tal aspecto también influye la figura del denominado "Rappitendero", creada por la misma sociedad Rappi para realizar la entrega de los bienes adquiridos en su plataforma. En ese sentido, debe ponerse de presente que la relación de consumo no solo se perfecciona a partir de la adquisición de un bien sino que incluye, como actividad inherente a la misma, la entrega efectiva de los mismos, para lo cual en este caso adquiere un papel preponderante el "Rappitendero", pues solo a partir de su injerencia es que los bienes pueden ser allegados a los consumidores. De esta manera, la investigada no puede desligarse del proceso de entrega de los bienes pues, aun cuando trata de hacer ver al "Rappitendero" como un elemento ajeno a su cadena de negocios, lo cierto es que tal figura es producto de la creación de la propia sociedad investigada para cumplir con tal fin, del cual deriva sus ganancias y reporta beneficio económico para sí misma.

Finalmente, en lo que corresponde a la afirmación según la cual la Dirección echa de menos que "una vez realizado un pedido, se le muestra al Usuario el tiempo de entrega como 'estimado', tanto en la pantalla principal de la Plataforma como en la pantalla donde aparece el pedido" y que "por ende, la escogencia y valoración de pruebas en el cargo en mención resulta, a lo sumo, muy limitada", debe indicarse que mediante el radicado número 20-66537-5 del 8 de abril de 2020 la investigada, al contestar sobre la forma en que se indican los tiempos de entrega a los consumidores señaló:

*"Rappi informa a los Usuarios un tiempo de entrega estimado, expresado en minutos u horas, **el cual no debe ser tomado como un tiempo exacto de entrega por parte del Rappitendero al Usuario.** Estos tiempos de entrega son solamente unos tiempos estimados que dependen de ciertas variables como se explicará a continuación en el punto 2 de esta respuesta. Igualmente, por favor ver el Anexo 1 para entender cómo se reflejan en la Plataforma los tiempos de entrega estimados que pueden tener los productos que comercializan los Aliados y entregan de los Rappitenderos." (Destacados fuera de texto).*

En ese orden de ideas, debe tenerse en cuenta que el anexo N° 1 mencionado por el sujeto pasivo es el siguiente:



De esta manera, debe hacerse hincapié en que fue este el elemento probatorio empleado precisamente porque según lo dicho por la propia investigada es allí donde se señala el término de entrega, por lo que no entiende esta Dirección por qué ahora señala que la escogencia de las pruebas resulta muy limitada siendo que durante el transcurso de la investigación administrativa no aportó más elementos que permitieran a esta Dirección tener por cierto que una vez realizado un pedido, se le muestra al Usuario el tiempo de entrega como 'estimado', ni en las respuestas a los requerimientos de información, ni mucho menos en los descargos, pese a que, era deber de la investigada allegar al presente procedimiento los medios de prueba para desvirtuar lo establecido en la imputación fáctica.

27.1.6. Frente a la caducidad de la facultad sancionatoria en relación con los hechos denunciados de venta de bebidas embriagantes a menores de edad:

Al respecto, la investigada en su escrito de descargos manifestó:

"(...) Al verificar los hechos denunciados sobre una supuesta venta de bebidas alcohólicas a menores de edad a través de la Plataforma de contacto Rappi, se observa que gran parte de estos remiten a las denuncias formuladas por la Corporación Colombiana de Madres y Padres ("Red Papaz"), cuyas comunicaciones ya hacen parte del expediente de la investigación. Estas comunicaciones tienen fechas anteriores a marzo de 2017 y, consecuentemente, relatan hechos ocurridos, necesariamente, en momentos anteriores a esa fecha.

Particularmente se encuentra la comunicación del 6 de diciembre de 2016, de parte de Red Papaz a Rappi denunciando posibles casos de comercialización de bebidas alcohólicas a menores de edad, una comunicación de respuesta emitida por el Director General del Instituto Nacional de Medicamentos y Alimentos del 30 de diciembre de 2016, sobre la supuesta no incorporación de la leyenda de prohibición de venta a esta población, la comunicación del 10 de enero de 2017 en respuesta a la petición de Red Papaz, emitida por esta misma entidad y que tuvo por objeto el aparente expendio de bebidas embriagantes a un menor de edad sin solicitar su identificación, y la petición del 9 de febrero de 2017 hecha por Red Papaz a la Procuraduría Delegada para la Defensa de los Derechos de la Infancia, la Adolescencia y la Familia, junto con su respectiva respuesta del 26 de marzo del mismo año. En su totalidad, las denuncias versan sobre la supuesta ocurrencia de hechos similares.

Todas estas comunicaciones remiten a hechos supuestamente ocurridos, por lo menos, antes de marzo de 2017, toda vez que ninguna de estas comunicaciones tiene una fecha posterior. No estamos haciendo alusión dentro de este análisis a la única denuncia concreta que se relaciona dentro de la Resolución N° 82505 de 2020 acerca del supuesto expendio de licor a menores de edad que remite al video de la aparente venta a [REDACTED], dado que frente a dicha denuncia nos remitiremos más adelante al ser un hecho independiente denunciado por el Señor Alberto Cardona Gómez.

Por lo anterior, es importante aclarar que la caducidad que se alega frente a los hechos denunciados como sustento de esta investigación, versa sobre aquellos narrados en las comunicaciones antes referenciadas provenientes de Red Papaz, más no frente a la denuncia sobre la supuesta venta de licor a ██████ denunciada de forma particular por el Señor Cardona Gómez. Como se anticipó, los reparos sobre la validez y autenticidad de este video, serán abordados más adelante.

Los hechos sobre los que versan estos oficios y que ahora hacen parte de las motivaciones de esta Dirección para imputar cargos en contra de Rappi, si es que ocurrieron, tienen una antigüedad de más de 3 años, bajo el entendido que las comunicaciones que relatan su supuesta ocurrencia también tienen una antigüedad mayor a la señalada. Al versar estos hechos sobre momentos con una antigüedad que sobrepasa el término de caducidad de la facultad sancionatoria de esta Superintendencia en asuntos sancionatorios como el que nos convoca, debemos señalar que cualquier sanción que pretenda imponer la Dirección con ocasión de estas denuncias, se encuentran caducadas.

Esta manifestación la realizamos sin dejar de lado la naturaleza jurídica de los encargos que los Usuarios pueden formular a través del portal de contacto Rappi, que hacen completamente incongruente achacarle al investigado una supuesta venta de licor a menores de edad, por una razón contundente: Rappi no es quien vende este tipo de productos a los Usuarios ni ningún otro producto de los que son exhibidos en su aplicación. (...)"

Sobre el particular, debe mencionarse que no se entiende por qué la investigada alude a varias denuncias realizadas por la Corporación Colombiana de Madres y Padres ("Red Papaz"), con fechas anteriores a marzo de 2017, pues al examinar en su integridad los cargos formulados se evidencia que ninguna de estas sirvió de sustento para las imputaciones fácticas relacionadas con la venta de bebidas embriagantes a menores de edad. Por el contrario, las mismas encontraron sustento en un video de una transacción realizada el 20 de octubre de 2019 y en una visita de inspección administrativa realizada el 13 de enero de 2020, que en nada tienen que ver con tales denuncias.

En ese sentido, no pueden ser acogidos los argumentos esgrimidos por el apoderado, toda vez que en ningún momento se hizo siquiera mención, dentro del pliego de cargos, a las supuestas denuncias presentadas entre el 2016 y 2017 y, las pruebas verdaderamente empleadas aun no tienen una antigüedad superior a tres años pues, la menos reciente caducaría hasta el 20 de octubre de 2022.

Al respecto debe recordarse que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 52 del Código de Procedimiento Administrativo, la caducidad de la facultad sancionatoria se da con posterioridad a los 3 años de ocurrido el hecho, la conducta o la omisión, como se muestra a continuación:

"ARTÍCULO 52. CADUCIDAD DE LA FACULTAD SANCIONATORIA. *Salvo lo dispuesto en leyes especiales, 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. Dicho acto sancionatorio es diferente de los actos que resuelven los recursos, los cuales deberán ser decididos, so pena de pérdida de competencia, en un término de un (1) año contado a partir de su debida y oportuna interposición. Si los recursos no se deciden en el término fijado en esta disposición, se entenderán fallados a favor del recurrente, sin perjuicio de la responsabilidad patrimonial y disciplinaria que tal abstención genere para el funcionario encargado de resolver.*

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.

La sanción decretada por acto administrativo prescribirá al cabo de cinco (5) años contados a partir de la fecha de la ejecutoria". (Énfasis fuera del texto).

De esta manera, teniendo en cuenta que los hechos que sirvieron de sustento a la imputación y que, de encontrarse demostrados darían lugar a la responsabilidad de la investigada, corresponden al 20 de octubre de 2019 y al 20 de enero de 2020 por lo que de ninguna manera habrían trascurrido a la fecha los tres (3) años que menciona la norma y, en consecuencia, esta Superintendencia no ha perdido la competencia para imponer las sanciones establecidas en el artículo 61 de la Ley 1480 de

2011. En consecuencia, no pueden ser de recibo los argumentos expuestos por el sujeto pasivo en este punto, pues no guardan relación con las pruebas empleadas dentro del presente procedimiento administrativo.

27.1.7. Frente a la nulidad de la prueba sobre la venta de bebidas embriagantes a menores de edad:

Sobre el particular la investigada, a través de su escrito de descargos, cuestionó el valor probatorio del video aportado por la señora [REDACTED] en su calidad de fundadora de la ONG RED PAPAZ con el número de radicado 19-302676-0 del 30 de diciembre de 2019, en el que consta la presunta venta y entrega de bebidas alcohólicas al menor de 15 de años. Esto, por cuanto a juicio del apoderado de la sociedad se presentaron a) vicios de ilegalidad de la prueba recabada; b) falta de veracidad y autenticidad del medio probatorio; e c) incumplimiento de los requisitos para que el video pueda tener valor probatorio como mensaje de datos. De esta manera, esta Dirección procederá a estudiar los argumentos expuestos en el mismo orden que fueron planteados:

a) Sobre los vicios de ilegalidad de la prueba recabada:

Al respecto, el apoderado de la investigada realizó un recuento jurisprudencial sobre la regla de exclusión probatoria señalando que esta es procedente cuando una prueba contraviene garantías de índole constitucional y rango fundamental. Así mismo, indicó que resulta aplicable no solo para los procesos judiciales sino para aquellos que se surtan en sede administrativa. Todo lo anterior, en aras de manifestar que el video en cuestión trasgrede los derechos a la intimidad y a la protección de datos personales, lo cual argumentó de la siguiente forma:

"(...) Dicho lo anterior, señalamos que la prueba de video utilizada por la Dirección para imputar cargos en contra de Rappi por la supuesta falta de calidad en sus servicios y ausencia de mecanismos de protección a menores de edad, es una prueba inconstitucional que transgrede el derecho de datos personales de sus protagonistas.

En el video que compone la motivación de estos dos cargos (Rad. 19-302676-0), aparecen distintas personas entre las que destaca alguien que, según el relato de la Dirección, es una repartidora y, adicionalmente un sujeto que lo denominan [REDACTED], quienes en ningún momento prestaron su autorización previa, expresa e informada para figurar en un video de esa naturaleza, contraviniendo con ello el artículo 15 de la Constitución Política acerca del derecho a la intimidad y el habeas data. Esta vulneración de derechos fundamentales no se detiene, sino que también se propaga a los preceptos legales contenidos en la Ley 1581 de 2012 para la protección de datos sensibles e información personal proveniente de la imagen de las personas. La prueba en video traída a colación por la Dirección, en caso de que se trate de un video real, va en contravía del derecho fundamental de los que allí aparecen, que, según la descripción contenida en la resolución, son [REDACTED] (la denominada como repartidora) y [REDACTED] (quien supuestamente compró licor siendo menor de edad), frente a lo cual, vale la pena resaltar, la Dirección ha levantado un manto de secreto sobre su identificación que obstaculiza el derecho de defensa de Rappi.

En este punto, vale la pena destacar una contradicción de la Dirección que se haría presente al momento de incorporar esa prueba, dado que propugna por la protección de un sujeto que es descrito como menor de edad, sin ninguna medida de protección de sus derechos, pero contradictoriamente estaría incorporando un video en el que sale un sujeto que es descrito como menor de edad, sin ninguna medida de protección de sus derechos. Es de recordar que esta Superintendencia no actúa únicamente como Autoridad protectora de los derechos de los consumidores, sino también de los datos de las personas.

Hacemos esta anotación con el único propósito de evitar que la Dirección sea congruente en sus actuaciones y en la protección que busca extender a menores que ella misma estaría transgrediendo al admitir una prueba en vulneración de sus derechos. Por ello, nos corresponde solicitarle a esta Dirección que, al hacer parte de la Entidad que actúa como autoridad máxima de protección de datos personales, se sirva compulsar copias a la dirección correspondiente con el fin de que se verifique si Red Papaz está tratando datos de menores de edad sin autorización o si quienes tomaron el mencionado video lo hicieron sin el

consentimiento de sus padres. Lo anterior con miras a garantizar congruencia en las actividades de esta entidad encaminadas a la protección de los menores de edad.

La ilegitimidad por inconstitucionalidad de la prueba se percibe también, por el hecho de que se utilicen supuestamente cámaras de seguridad dentro de una propiedad horizontal, para grabar y darle un tratamiento no permitido a las imágenes de las personas que son filmadas, configurándose una vulneración a los derechos fundamentales antes mencionados que ésta misma Superintendencia está en el deber de proteger.

La prueba que la Dirección pretende incorporar es el resultado de un proceder ilegal e inconstitucional de parte de quien la aportó, teniendo más similitud con pruebas que son allegadas como producto de actividades ilícitas de interceptación de comunicaciones, que con un material probatorio transparente recabado en ejercicio de funciones legales. De forma evidente, dentro del presente proceso, no se vislumbra la existencia de una excepción que le permita a esta Superintendencia incorporar como prueba un video de esta naturaleza, el cual no fue recabado en atención a las formalidades que establece la ley, con la autorización personal de sus intervinientes ni mucho menos con la habilitación de una autoridad judicial competente que la supla para la defensa de los derechos fundamentales colisionados.

No puede ser válido soportar interceptaciones como las descritas por el hecho de que hayan sido hechas en recintos cerrados o dentro de un ámbito personal o doméstico porque si bien se podría afirmar, en gracia de discusión, que alguno de los protagonistas del video se encontraba en su residencia, lo cierto es que quien se cataloga como repartidora no se encontraba dentro de un mismo escenario sino por fuera de un espacio de estas características.

Esta descripción redundante con el hecho de que existen indicativos acerca de la vulneración de derechos fundamentales de terceros con la utilización de este video, particularmente de la persona que se clasifica como repartidora, de la cual se tomó su imagen en vulneración de su derecho a la intimidad, con el agravante de que esa persona ni siquiera hace parte del presente proceso.

El juicio de constitucionalidad frente a este tipo de actuaciones debe ser estricto. La Corte Constitucional ha señalado en diversas ocasiones que las intromisiones en las comunicaciones de las personas o la obtención de información de parte de particulares sin su consentimiento debe realizarse siempre y cuando exista previa orden la autoridad judicial competente. Frente a este punto, la Corte es igualmente enfática y vehemente en señalar que las actuaciones que impliquen de uno u otro modo restricciones a los derechos fundamentales, como el tutelado por el artículo 15 superior, siempre deben estar precedidas de una orden judicial. (...)"

Sobre este particular, vale la pena traer igualmente a colación, los argumentos planteados por el tercero interesado en su escrito de descargos radicado con el número 19-198723-51 del 7 de diciembre de 2021 en el que señaló:

"(...) es necesario anotar que las imágenes fueron captadas por una cámara de la empresa de vigilancia privada contratada por la propiedad horizontal para la protección de la seguridad. Además, esta cámara cuenta con el aviso que indica a las personas que están siendo grabadas y monitoreadas para efectos de seguridad. Por consiguiente, las personas que ingresan al edificio saben que están siendo grabadas y reciben información sobre el tratamiento de los datos. Dicho lo anterior, es necesario anotar que, en el presente caso, el video fue provisto a solicitud de **DIPRO** por la empresa de vigilancia privada de la propiedad horizontal y por el señor [REDACTED], padre y representante legal de [REDACTED] -el adolescente que adquirió las botellas de Vodka en **RAPPI**. Posteriormente fue remitido a la **SIC** para que adelantara las actuaciones dentro de la órbita de su competencia. Por tanto, se verifica la causal establecida en el ordinal a) del artículo 10 de la Ley 1581 de 2012, de acuerdo con la cual, la autorización del titular no es necesaria cuando se trate de: «información requerida por una entidad pública o administrativa en ejercicio de sus funciones o por orden judicial». En consecuencia, no se puede alegar una supuesta violación de la intimidad y habeas data, cuando el video fue obtenido en virtud de la excepción consagrada en la antedicha norma. La **SIC** ha reconocido en debida forma valor probatorio a un documento que fue debidamente por **DIRPO** y por la propia **SIC**(...)"

Así pues, esta Dirección comparte lo afirmado por el tercero interesado en el sentido de indicar que no resulta aplicable para el caso concreto la autorización para el tratamiento de datos personales que pretende invocar la investigada, toda vez que aun cuando la Ley 1581 de 2011 exige de manera general la presencia de una autorización previa, expresa e informada para su tratamiento, tal regla no resulta absoluta, sino que es matizada a través de distintas excepciones que contempla el mismo cuerpo normativo en su artículo 10, como se muestra a continuación:

"Artículo 10. Casos en que no es necesaria la autorización. La autorización del Titular no será necesaria cuando se trate de:

a) Información requerida por una entidad pública o administrativa en ejercicio de sus funciones legales o por orden judicial. (...)"

De esta manera, no es exigible el requerimiento de la autorización previa para aparecer en el video que sirvió de sustento a las imputaciones fácticas relacionadas con la venta de bebidas embriagantes a menores de edad, ni por parte del adolescente, ni por parte de la repartidora de la sociedad investigada, toda vez que dicha prueba corresponde a las grabaciones de las cámaras de seguridad de la propiedad horizontal y fueron obtenidas por solicitud de la Dirección De Protección y Servicios Especiales de la Policía Nacional, en ejercicio de sus funciones administrativas. De allí que esta Dirección haya tenido conocimiento del mencionado video, a partir del traslado efectuado por dicha Autoridad³⁵.

En ese sentido, la prueba se encuentra exceptuada por la misma Ley 1581 de 2012 frente a la aplicación de la autorización previa para el tratamiento de datos personales por lo que consecuentemente no se configuró una vulneración ni a dicha normativa ni a lo dispuesto en el artículo 15 de la Constitución Política acerca del derecho a la intimidad y el habeas data, aspectos que son considerados como derechos fundamentales.

Aun en gracia de discusión, debe señalarse que el video, en el que consta en momento en que una *rappitendera* hace entrega de dos bebidas alcohólicas a un adolescente, fue obtenido como producto de los hechos relatados por el padre del menor de edad en aras de solicitar su protección e incluso incorporado en la denuncia presentada por el mismo ante esta Dirección, por lo que claramente se evidencia la autorización para tal efecto.

De esta manera, no resulta lógico acceder a la solicitud del apoderado de compulsar copias a la Delegatura de Protección de Datos Personales de esta Superintendencia con el fin de que se verifique si el tercero interesado trató datos de menores de edad sin autorización o consentimiento de sus padres pues, como ya se señaló, el video fue obtenido por una Autoridad administrativa en el ejercicio de sus funciones e incluso adjuntado como prueba dentro de la denuncia presentada por el padre del menor que realizó el pedido. En la misma línea, teniendo en consideración estos hechos, tampoco es válido hablar de interceptación ilegal de comunicaciones por parte del tercero interesado.

Aun en gracia de discusión, debe ponerse de presente que las imputaciones fácticas que guardan relación con el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad, no se sustentaron únicamente en el video mencionado sino en las visitas de inspección administrativa realizadas a las páginas web de la investigada y que constan en el radicado número 19-198723-6 del 13 de enero de 2020, así como las capturas de pantalla aportadas en la denuncia de la señora [REDACTED] mediante el radicado número 19-302676-0 del 30 de diciembre de 2019.

Finalmente, en cuanto a que no se tomaron medidas para la protección de los derechos del menor, es necesario señalar que si bien es claro que uno de los sujetos que aparece en el video objeto de estudio es un adolescente, no es cierto que no se haya utilizado ninguna medida para la protección de sus derechos pues tal y como consta en el acto administrativo de formulación de cargos, en ningún momento se revela la identidad física del menor dentro del pliego de cargos pues se tapa su rostro y tan solo se menciona uno de sus nombres.

³⁵ Traslado efectuado mediante los radicados números 19- 293571-0 del 17 de diciembre de 2019 y 19-297219 -0 del 20 de diciembre de 2019.

b) Sobre la falta de veracidad y autenticidad del medio probatorio:

En este punto, el apoderado, en su escrito de descargos manifestó:

"(...) En el video, según la Dirección, se observa a una repartidora, según allí se menciona, de Rappi, entregándole a alguien que supuestamente es un menor de edad, unas botellas de licor que parecen haber sido adquiridas a través del portal de contacto de Rappi. Sin embargo, no existe elemento alguno que permita verificar la autenticidad y veracidad del video aportado, si el mismo no ha sido editado o modificado, ni mucho menos que quien supuestamente recibe las botellas de licor, es efectivamente un menor de edad. Este manto de duda se hace intenso por el secretismo mantenido por la Dirección con respecto a los detalles de la transacción denunciada que, por demás, obstaculizan el adecuado ejercicio del derecho de defensa de Rappi.

Las circunstancias en las que transcurre el video no aportan los elementos suficientes para otorgar tranquilidad frente al respeto de los derechos del investigado, ni mucho menos para ser considerado una prueba válida por las vulneraciones presentes a los derechos fundamentales mencionados. Además, al versar esa prueba sobre razonamientos aparentes y no reales, al otorgarle esta Dirección un valor probatorio absoluto como indicativo de las infracciones contenidas descritas en las imputaciones N°2 y 4 (basadas en normas de las que no es destinatario Rappi), incurre en una falacia de petición de principio, al pretender usar como medio de prueba lo que debió ser el objeto de la prueba misma, es decir, dar por cierto lo que precisamente le corresponde probar, que es la supuesta venta de licores a menores de edad.

Es de recordar en este frente que el único hecho concreto relacionado por la Dirección en la Resolución N° 82505 de 2020 sobre la supuesta venta de licor a un menor, es esta denuncia acerca del expendio por parte de un repartidor a un sujeto llamado [REDACTED], no habiendo en todo el expediente el detalle suficiente sobre ventas de bebidas embriagantes a menores de edad instrumentalizadas a través de la Plataforma.

No hay información acerca de ventas puntuales de licor a menores de edad instrumentalizadas a través del portal Rappi con la indicación puntual de la fecha, hora, menor comprador, comercializador, ni ningún detalle que se le parezca que le de sustento a una acusación de esta naturaleza. Lo anterior dado que Rappi no es quien ofrece y comercializa bebidas alcohólicas, por lo tanto, nunca le ha vendido este tipo de productos a menores de edad.

Así las cosas, la falta de veracidad y autenticidad de la prueba descrita, aunado principalmente a las circunstancias que apuntan a su nulidad por contrariar el derecho fundamental al debido proceso, deben necesariamente llevar a que la Dirección aparte de su análisis una prueba que fue recogida sin el lleno de los requisitos legales y constitucionales.

De continuar en omisión de los efectos legales y constitucionales que ello puede causar, la Dirección llegaría a una decisión inválida que terminaría siendo tomada con base en una prueba nula. Los vicios de ilegalidad y de inconstitucionalidad descritos deben llevar necesariamente a la exclusión de la prueba del acervo de la investigación, so pena de invalidar la actuación que ponga fin a la actuación.(...)"

Sobre este particular, vale la pena traer igualmente a colación, los argumentos planteados por el tercero interesado en su escrito de descargos radicado con el número 19-198723-51 del 7 de diciembre de 2021 en el que señaló:

"(...) es necesario advertir que el video fue provisto en un formato que cumple con rigor lo establecido en la normativa acerca de la autenticidad de los mensajes de datos. Por tanto, resulta inaceptable que se cuestione esta calidad. La información está disponible para posterior consulta, se conserva en el formato en el que se generó inicialmente, y está la información relativa al origen, fecha y hora. En consecuencia, el video debe reconocerse como prueba válida dentro del proceso debido a que cumple lo establecido en la normativa y que además capta con claridad la entrega de las botellas de vodka a un adolescente sin que se verifique su mayoría de edad como lo prescribe la normativa vigente.

Vale anotar que además del video hay otra serie de pruebas que dan cuenta de la venta y de la entrega de las botellas de vodka a un adolescente de quince (15) años. Por un lado, están las capturas de pantalla que prueban que [REDACTED] adquirió estos productos

el 20 de octubre de 2019 y que la entrega la hizo la Rappitendera [REDACTED]. También hay una declaración juramentada del señor [REDACTED], padre del adolescente que adquirió las botellas en la que confirma que lo hizo a través de la plataforma Rappi y que la Rappitendera [REDACTED] no verificó la mayoría de edad del adolescente que recibió las botellas. Por tanto, se trata de un hecho que se comprueba por medio de diferentes elementos aportados a este proceso y que coinciden en lo medular, esto es, que la Rappitendera [REDACTED] hizo entrega del domicilio de bebidas alcohólicas sin verificar la edad del adolescente que las recibió.

Además, es necesario destacar, que, en sus descargos **RAPPI** en ningún momento niega que el domicilio solicitado por [REDACTED] y a cargo de [REDACTED] se haya hecho el domingo 20 de octubre de 2019. **RAPPI** tiene en sus registros la información de los domicilios hechos y puede verificar que este domicilio se hizo efectivo en la antedicha fecha. Por tanto, las fallas en la calidad de la entrega del domicilio deben ser asumidas enteramente por **RAPPI**. (...)"

Al respecto, debe indicarse que el régimen jurídico probatorio aplicable a la presente investigación administrativa, siendo oportuno comenzar por señalar, en primer lugar, que el artículo 60 de la Ley 1480 de 2011 "Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones", prevé: "**Artículo 60. Procedimiento.** Las sanciones administrativas serán impuestas previa investigación, de acuerdo con el procedimiento establecido en el Código Contencioso Administrativo." (Subrayados fuera del texto original).

Teniendo en cuenta que el Código Contencioso Administrativo fue derogado de manera expresa por el artículo 309³⁶ de la Ley 1437 de 2011 -Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, se deduce que la norma aplicable para adelantar la actuación bajo estudio, es la norma vigente a partir del dos (2) de julio de 2012³⁷, es decir, el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo (CPACA).

Al respecto, el artículo 40 del CPACA regula de manera general la etapa probatoria que debe surtir en los procedimientos administrativos generales, consagrando que "(...) serán admisibles todos los medios de prueba señalados en el Código de Procedimiento Civil". Norma ésta derogada, conforme lo señalado en el literal c³⁸ del artículo 626 de la Ley 1564 de 2012 -Código General del Proceso.

En tal entendido y teniendo en cuenta los cambios normativos antes expuestos, es claro que actualmente, el presente procedimiento administrativo sancionatorio, se rige por lo que dispone el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, así como lo que determina el Código General del Proceso, de forma suplementaria.

Ahora bien, se advierte que el Código General del Proceso, al prever los distintos medios probatorios, confirió a los mensajes de datos el carácter de documento y, por ende, su misma eficacia probatoria, toda vez que en el artículo 243 está contemplado como una clase de documento.

En línea con lo anterior, se tiene que, de modo complementario, en dicha normatividad, concretamente en el artículo 247 se estableció que "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 exactitud. La simple impresión en papel de un mensaje de datos será valorada de conformidad con las reglas generales de los documentos".

Asimismo el artículo 244 del Código General del Proceso, define lo que en términos de derecho probatorio se entiende por documento auténtico, así:

³⁶ "**Artículo 309. Derogaciones.** Deróguense a partir de la vigencia dispuesta en el artículo anterior todas las disposiciones que sean contrarias a este Código, en especial, el Decreto 01 de 1984 (...)" (Subrayados fuera del texto original).

³⁷ "**Artículo 308. Régimen de transición y vigencia.** El presente Código comenzará a regir el dos (2) de julio del año 2012. Este Código sólo se aplicará a los procedimientos y las actuaciones administrativas que se inicien, así como a las demandas y procesos que se instaren con posterioridad a la entrada en vigencia (...)" (Negrillas y subrayados).

³⁸ "**Artículo 626. Derogaciones.** Deróguense las siguientes disposiciones:

(...)

c) Corregido por el art. 17, Decreto Nacional 1736 de 2012. A partir de la entrada en vigencia de esta ley, en los términos del numeral 4 del artículo 627, queda derogado el Código de Procedimiento Civil expedido mediante los Decretos 1400 y 2019 de 1970 y las disposiciones que lo reforman (...)" (Negrillas fuera del texto original).

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

"ARTÍCULO 244. DOCUMENTO AUTÉNTICO. Es auténtico un documento cuando existe certeza sobre la persona que lo ha elaborado, manuscrito, firmado, o cuando exista certeza respecto de la persona a quien se atribuya el documento.

Los documentos públicos y los 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 falso o desconocidos,** según el caso.

También se presumirán auténticos los memoriales presentados para que formen parte del expediente, incluidas las demandas, sus contestaciones, los que impliquen disposición del derecho en litigio y los poderes en caso de sustitución.

Así mismo se presumen auténticos todos los documentos que reúnan los requisitos para ser título ejecutivo.

La parte que aporte al proceso un documento, en original o en copia, reconoce con ello su autenticidad y no podrá impugnarlo, excepto cuando al presentarlo alegue su falsedad. **Los documentos en forma de mensaje de datos se presumen auténticos.**

Lo dispuesto en este artículo se aplica en todos los procesos y en todas las jurisdicciones." (Resaltado y Negrilla fuera de texto).

Así las cosas, debe ponerse de presente que el video que se cuestiona es un medio de prueba cuya validez probatoria se ciñe a las reglas previstas por el Código General del Proceso para la prueba documental. En ese sentido, es de advertir que dicha prueba ostenta la calidad de auténtica, pues así se presume por disposición de la ley, no solo por tratarse de un documento sino porque la misma norma específica que aun viniendo en forma de mensaje de datos, resulta aplicable tal presunción.

Al respecto debe destacarse que de conformidad con lo establecido en el artículo 2 de la Ley 527 de 1999, se entiende por mensaje de datos "La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), Internet, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax". En tal entendido, conviene señalar que el video en cuestión se encuentra en forma de mensaje de datos en la medida en que corresponde a información transmitida por las cámaras de vigilancia del edificio donde reside el menor y almacenada en los sistemas de la empresa de seguridad, por lo que también versa sobre este la presunción de autenticidad.

Ahora bien, si lo que pretende la investigada al señalar "que no existe elemento alguno que permita verificar la autenticidad y **veracidad** del video aportado, si el mismo no ha sido editado o modificado, ni mucho menos que quien supuestamente recibe las botellas de licor, es efectivamente un menor de edad", es tachar de falso el documento, debe tenerse en cuenta que para tal efecto es necesario no solo alegar dicha circunstancia sino justificarla y solicitar las pruebas para acreditarla, situación que fue omitida por el sujeto pasivo, a lo cual debe añadirse que, tal y como lo señala el tercero interesado, la sociedad no negó de ninguna manera la existencia de la venta a la que alude la prueba.

Aunado a lo anterior, es menester indicar que la tacha de falsedad resulta aplicable únicamente cuando la prueba resulta fundamental en aras de determinar la responsabilidad de la investigada frente al hecho que se discute³⁹, que en este caso es el de la venta de bebidas embriagantes a menores de edad. No obstante, tal y como lo señala el tercero interesado, dentro del plenario obran otras pruebas que podrían dar fe de lo ocurrido, particularmente las visitas de inspección administrativa realizadas a las páginas web de la investigada y que constan en el radicado número 19-198723-6 del 13 de enero de 2020, así como las capturas de pantalla aportadas en la denuncia de la señora [REDACTED] mediante el radicado número 19-302676-0 del 30 de diciembre de 2019.

Así pues, no resulta de recibo para este Despacho el argumento de la investigada según el cual el único hecho relacionado en la resolución es el de la venta registrada para el caso del menor de edad

³⁹ ARTÍCULO 269. PROCEDENCIA DE LA TACHA DE FALSEDAD. (...) No se admitirá tacha de falsedad cuando el documento impugnado carezca de influencia en la decisión.

llamado [REDACTED]", pues existen otros medios probatorios que permiten evidenciar de manera general que la sociedad investigada no cuenta con medidas suficientes para evitar que los niños, niñas y adolescentes tengan acceso al consumo de productos nocivos para la salud.

Aún si solo existiera dicha prueba frente a la venta efectiva, debe señalarse que en atención al régimen de responsabilidad aplicable en materia de derecho de consumo, se entiende que la conducta de la investigada que se encuentre en desacuerdo con la Ley 1480 de 2011 y demás normas concordantes, da lugar a la imposición de la sanción. Sin que para ello se requiera una efectiva materialización del daño, es decir, basta con la potencialidad con que la conducta infractora pueda perjudicar a un universo de consumidores, máxime cuando se trata de la protección de niños, niñas y adolescentes.

En ese orden de ideas, y teniendo en cuenta que tal y como se ha expuesto en los acápite que anteceden, no se ha determinado vulneración alguna a ningún derecho fundamental, esta Dirección encuentra que la prueba cuestionada es válida a la luz del ordenamiento jurídico colombiano por lo que no puede entenderse como nula ni tendría la potencialidad de invalidar lo actuado.

c) Sobre el incumplimiento de los requisitos para que el video pueda tener valor probatorio como mensaje de datos

En lo que atañe a este aspecto, el apoderado de la investigada señaló, en su escrito de descargos, lo siguiente:

"(...) Para que un mensaje de datos, tal como lo sería la prueba de video aducida en contra de Rappi, tenga valor probatorio, debe atender los requisitos dispuestos en la Ley 527 de 1999 a fin de comprobar que la prueba se encuentra completa e inalterada desde el momento de su generación. Dichos requisitos remiten principalmente a: (i) que la información vertida en el mensaje de datos sea accesible para posterior consulta, (ii) que el mensaje se conserve en el formato en el cual se generó inicialmente, en aras de demostrar la reproducción con exactitud de la información generada y iii) que se conserve la información relativa al origen, destino, fecha y hora de envío, recepción y producción del mensaje de datos.

Verificando estos requisitos en el video invocado por la Dirección se observa que la totalidad de estos no son cumplidos, de tal manera que, al no ser atendido a cabalidad como lo exigen los artículos 11 y 12 de esta legislación, el valor de la prueba es discutible.

Frente al video traído a colación no existe certeza alguna acerca de su origen, fecha y hora de creación, ni mucho menos sobre las circunstancias que rodearon su producción. Frente al caso concreto, su contenido no ofrece elementos que permitan identificar con certeza quienes fueron sus participantes, cuál es su identidad y particularmente si en verdad son quienes en la Resolución de cargos se dice que son.

Tampoco reúne la información suficiente para determinar si el video está conservado en su formato de origen o si la información que se pretende generar con ello es fiel reflejo de su reproducción.

Del mismo modo, tampoco se tiene claridad sobre un aspecto de vital importancia como lo es la cadena de custodia de la prueba, lo cual termina afectando aún más su validez.

(...)

Para el caso concreto, la Dirección no cuenta con información acerca de la autenticidad y veracidad de la prueba, particularmente de la legalidad que debió permear el periodo comprendido entre su creación y posterior entrega como medio de prueba dentro de una denuncia. No puede pretender la Dirección darle valor probatorio a esta prueba por el solo hecho de que fue aportada con una denuncia, toda vez que ello ignoraría por completo los elementos descritos acerca de su validez como mensaje de datos con valor probatorio y la verificación de las circunstancias legítimas en las que éste debió haber sido recabado.

Al no acreditarse ninguno de estos elementos legales que deben estar presentes en un mensaje de datos para que, como tal, tenga el valor probatorio que se le quiere dar, el video traído por la Dirección para soportar gran parte de las acusaciones en contra de Rappi debe ser apartado del acervo so pena de viciar la legalidad del proceso y de las decisiones que con base en este sean tomadas. (...)"

Sobre el particular es necesario hacer hincapié en que las pruebas que sirvieron de sustento a las imputaciones fácticas relativas a la venta de productos nocivos para la salud a menores de edad, no solo se sustentaron en el video que cuestiona la investigada sino en los hechos narrados por el padre del menor que fueron trasladados a esta Dirección por la Gestión Policiva de la Policía metropolitana de Bogotá y reflejados en la queja de la señora [REDACTED] con el radicado número 19-302676-0 del 30 de diciembre de 2019, en las capturas de pantalla y fotografías allegadas a través de la misma, y en la visita de inspección administrativa registrada con el consecutivo número 19-198723-6 del 13 de enero de 2020.

En ese sentido, los medios probatorios en su conjunto dan cuenta de las circunstancias ocurridas el día de los hechos y respaldan los datos que fueron manifestados en la denuncia y que también se encuentran en el video que se cuestiona, por lo que se tiene certeza de su origen, fecha y hora de creación, y de las circunstancias que rodearon su producción. En otras palabras, al apreciar razonadamente las pruebas obrantes en el plenario en su conjunto, es posible determinar que el video representa la realidad de los hechos que se deducen o atribuyen, y no otros diferentes, incluyendo la identidad de los participantes, como se muestra a continuación:

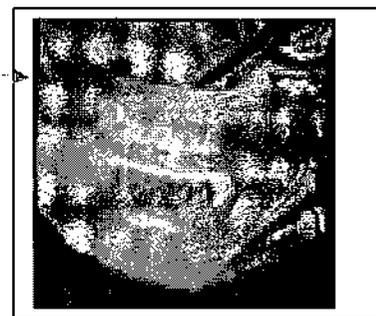
Imagen N°12 (Captura de pantalla del registro del pedido de bebidas alcohólicas por parte de un menor de edad. Radicado 19-302676-0)



Imagen N°13 (Captura de pantalla video aportado por la quejosa: minuto 00:20 Radicado 19-302676-0)



Imagen N°14 (Fotografía del pedido entregado al menor de edad: Radicado 19-302676-0)



La imagen N°12 muestra el registro del pedido realizado por el menor de edad, en el que se puede evidenciar la compra de dos bebidas alcohólicas vodka smirnoff sabor a lulo, en presentaciones de 750 y 375 ml. En dicha captura de pantalla se puede observar que el pedido fue entregado por la rappidendera [REDACTED] el 20 de octubre de 2019 a las 6:24 p.m. y que el método de pago sería en efectivo. Por su parte en la imagen N°13, se puede evidenciar la entrega de dos botellas transparentes de diferentes volúmenes por parte de una mujer a un menor de edad en el mes de octubre, en la portería del edificio donde este reside, así mismo, se ve como este saca de su bolsillo una serie de billetes para cancelar en efectivo. Finalmente, la imagen N°14 muestra los productos que fueron entregados al adolescente los cuales, en efecto, son dos botellas de smirnoff transparentes de diferentes tamaños, que a su vez tienen los signos distintivos de la investigada.

De esta manera, resulta evidente para esta Dirección que se encuentran claras las circunstancias que rodearon la producción del video, no solo porque éste es lo suficientemente dicente sino porque además, los otros medios probatorios que obran en el expediente permiten constatar lo ocurrido. Aún en gracia de discusión, resulta oportuno destacar el hecho de que pese a que el apoderado cuestiona lo sucedido, en ningún momento lo niega ni aporta pruebas que den a entender lo contrario, siendo

que es éste el que guarda los registros de las transacciones comerciales, de los productos comercializados, de las fechas y horas de entrega, y de la identidad de sus Rappitenderos.

Así mismo, y pese a que en el ordenamiento jurídico cada parte tiene la carga de sustentar y de probar sus afirmaciones *-onus probandi-*. Debe ponerse de presente que el apoderado se limitó a señalar que la prueba no cumple el requisito de estar conservada en su formato de origen, sin establecer argumento alguno que demuestre el por qué de la afirmación pues, por el contrario, no se observa que el video haya sido modificado e, incluso, corresponde a las grabaciones de las cámaras de seguridad de la propiedad horizontal que fueron obtenidas por solicitud de la Dirección De Protección y Servicios Especiales de la Policía Nacional, en ejercicio de sus funciones administrativas.

Tampoco se entiende cuáles son los argumentos que llevan al apoderado de la sociedad investigada a concluir que no se tiene claridad sobre la cadena de custodia de la prueba siendo que como ya se indicó, la misma fue recabada desde el inicio por la Dirección De Protección y Servicios Especiales de la Policía Nacional, y en ella no se puede evidenciar ninguna alteración.

Al respecto, debe precisarse que según lo dicho tanto por la Corte Suprema de Justicia como por la Corte Constitucional, los aspectos relacionados con la cadena de custodia de ninguna manera afectan la legalidad de la prueba, como se expone a continuación:

"(...) La cadena de custodia, se refiere entonces a la acreditación o autenticidad de la evidencia o elemento material probatorio, es decir, a su eficacia, credibilidad o asignación de mérito probatorio, por lo cual, lo que se cuestiona cuando no se cumple con los requisitos de la cadena de custodia, no es la legalidad de elemento material probatorio sino su eficacia probatoria. Al respecto ha señalado la Corte Suprema de Justicia:

'Impera recordar que los yerros en el curso y respeto de los protocolos derivados de la denominada cadena de custodia no comportan la exclusión de la prueba, en cuanto no se trata de un asunto de legalidad del medio de convicción, sino de valoración y ponderación judicial del mismo, en cuanto puede verse afectado lo genuino, fidedigno y auténtico del elemento probatorio, de modo que aún en aquellos casos en los cuales se constate la ruptura efectiva de la cadena de custodia, no por ello debe automáticamente marginarse la prueba del acervo probatorio, sino que corresponde al juez verificar hasta qué punto y en qué medida, ello compromete la acreditación o autenticidad de la evidencia o elemento probatorio en punto de su credibilidad y potencial persuasivo'.

Por lo tanto, cuando no se cumplen cabalmente los procedimientos de la cadena de custodia no se está afectando la legalidad del decreto de la prueba ni de su incorporación en el juicio, sino su mérito probatorio. (...)⁴⁰.

Así las cosas, para esta Dirección no resultan de recibo los argumentos expuestos por el apoderado de la sociedad investigada en el presente acápite, toda vez que en ningún momento se ha visto afectada la legalidad de las pruebas recabadas con respecto a la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad y, por el contrario, estas analizadas en su conjunto dan cuenta de la ocurrencia de los hechos manifestados en el pliego de cargos, los cuales serán estudiados más adelante. En consecuencia, el video traído a colación por la quejosa será tenido en cuenta, junto con los demás medios probatorios obrantes en el plenario, para determinar si a la investigada le asiste o no responsabilidad por los hechos allí relacionados.

27.1.8. Frente al incumplimiento de los requisitos legales para la incorporación de pruebas sobre inspecciones en páginas web:

Sobre el particular, el sujeto pasivo, mediante su escrito de descargos, cuestionó el valor probatorio de la visita de inspección administrativa realizada por esta Autoridad a las páginas web <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-ycondiciones-de-uso-de-plataformarappi-2/>, <http://www.rappi.com.co/> (redes sociales Instagram y Facebook), <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataformavirtualrappitendero/> y

⁴⁰ Corte Constitucional. Sentencia C-496 de 2015. Exp. D-10451. MP: Jorge Ignacio Pretelt.

<http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones/>, la cual fue consignada dentro del presente trámite con el número de radicado 19-198723-10 del 27 de abril de 2020. Esto, por cuanto considera que no se cumplieron en su totalidad los requisitos procesales para dicha prueba de conformidad con lo establecido en el Código General del Proceso, como se expone a continuación:

"(...) Al respecto, se manifiesta que llevar a cabo una inspección como la que describió la Dirección, sin haber agotado las formalidades procesales pertinentes en atención a lo dispuesto en el Código General del Proceso (CGP) para la inspección judicial (medio de prueba análogo), atenta en contra del derecho fundamental al debido proceso de Rappi y representa una extralimitación de las funciones de esta Superintendencia al momento de ejercer sus funciones de investigación y sanción.

La Superintendencia, a la hora de decretar y practicar pruebas dentro del proceso solo puede acudir a los medios de prueba disponibles en la legislación procesal contenida específicamente en el CPACA y el CGP, por cuanto es allí donde se encuentran los medios de prueba válidos de los que puede echar mano en una investigación administrativa.

Actuar en contravención de lo anterior representa una extralimitación en sus funciones y una ilegalidad de las actuaciones de la Dirección. Esto ha sido ampliamente debatido por la Corte Constitucional en la Sentencia C-165 de 2019, en la que se debatió la constitucionalidad del numeral 4 del artículo 59 de la Ley 1480 de 2011.

En esta sentencia, la Corte Constitucional manifestó que la actividad probatoria de la Autoridad se encuentra siempre delimitada por las reglas generales de admisión y práctica de pruebas del CPACA y el CGP.

(...)

Expuesto lo anterior, debe destacarse que la Dirección pretende incorporar dentro del expediente una inspección que se llevó a cabo sin el lleno de requisitos legales establecidos en el CGP para las inspecciones reguladas en los artículos 236 y siguientes de la legislación, pretendiendo además evitar su cumplimiento transformando los resultados de dicha 'inspección' en una prueba documental, cuando en la práctica el medio de prueba invocado no fue ese.

Esta situación atenta una vez más contra la validez de las pruebas invocadas por la Dirección, lo que debería causar el retiro de las mismas del expediente con el fin de no poner en peligro la legalidad de la decisión que se tome en la presente investigación con base a estas. (...)"

Al respecto debe señalarse que por la forma en la que fueron planteados los argumentos se puede evidenciar una inconformidad del sujeto pasivo por cuanto considera que la prueba fue recabada sin el lleno de los requisitos legales establecidos en el artículo 236 y siguientes del Código General del Proceso. No obstante, de la lectura de sus afirmaciones, resulta evidente que en ningún momento especifica cuáles fueron las formalidades supuestamente incumplidas por parte de esta Dirección, respecto de las cuales tampoco aportó prueba alguna.

En ese sentido, debe ponerse de presente que corresponde a la investigada, en ejercicio de su derecho de defensa, cumplir con la carga argumentativa correspondiente en aras de lograr que el fallador pueda acceder favorablemente a su solicitud. Sin embargo, para el caso concreto se advierte que el apoderado se limitó a realizar una mera manifestación de existencia de ilegalidad de la prueba sin que haya señalado el por qué de sus aseveraciones por lo que no es posible para este Despacho tener un entendimiento certero sobre lo que se cuestiona.

Tampoco se entiende el por qué habría una extralimitación de esta Entidad en el ejercicio de sus funciones, siendo que en el momento de practicar las pruebas esta Superintendencia acudió precisamente a los medios admisibles por el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo y del Código General del Proceso, dentro de los cuales se encuentra la inspección, los documentos, los indicios, entre otros y, en general, cualquier otro medio que resulte útil para la formación del convencimiento del fallador.

En otras palabras, el artículo antes citado no establece una tarifa legal en materia probatoria, es decir, que las pruebas señaladas y tipificadas en dicha disposición no son de carácter taxativo por lo que de ninguna manera excluyen la existencia de otras pruebas válidas que sean útiles para convencer al

juez. Por el contrario, la norma aludida establece el principio de libertad probatoria en virtud del cual, si las pruebas son pertinentes, útiles y conducentes deberán ser valoradas en la investigación así no se encuentren comprendidas dentro de las pruebas citadas en el artículo 165 del del Código General del Proceso, bajo las reglas de la sana crítica y ser apreciadas en su conjunto, tal como lo dispone el artículo 176 del CGP que señala:

"Artículo 176. Apreciación de las pruebas.

Las pruebas deberán ser apreciadas en conjunto, de acuerdo con las reglas de la sana crítica, sin perjuicio de las solemnidades prescritas en la ley sustancial para la existencia o validez de ciertos actos.

El juez expondrá siempre razonadamente el mérito que le asigne a cada prueba."

Con todo, es menester indicar que la prueba en cuestión fue recabada por la Superintendencia de Industria y Comercio, con fundamento en sus facultades de inspección, vigilancia y control conferidas por el numeral 64 del artículo 1° del Decreto 4886 de 2011, se encuentra facultada para: *"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 cuyo control le compete y adoptar las medidas que correspondan conforme a la ley"*.

En estos casos, la doctrina ha dicho que: *"son las propias autoridades las que, en ejercicio de sus atribuciones y funciones, especialmente las de inspección y vigilancia, (...), pueden promover la actuación administrativa que en determinadas circunstancias le imponen la ley y el reglamento, sea que haya mediado o no queja de los particulares, (...) como una forma que tiene la autoridad para enterarse de los hechos"*. Esto obedece a lo que lo la jurisprudencia de la Corte Constitucional ha considerado como las facultades de inspección, vigilancia y control de las autoridades administrativas: *"(i) la inspección consiste en la verificación de información de las entidades sometidas a control; (ii) la vigilancia implica el seguimiento y evaluación de las actividades de las entidades sometidas a ella; y (iii) el control, en sentido estricto, se refiere a la posibilidad de ordenar correctivos y sanciones para encausar las actuaciones de los particulares, cuando existe una evidente afectación del interés general en la actividad o sector vigilado"*⁴¹.

Lo anterior se traduce en que la Superintendencia de Industria y Comercio, a fin de verificar el cumplimiento de las disposiciones legales, puede adelantar averiguaciones preliminares y, en esa medida, practicar por ejemplo visitas de inspección como la del caso concreto, solicitar declaraciones, informes, entre otros, a fin de verificar el cumplimiento de las disposiciones legales, cuyo control le compete y adoptar las medidas que correspondan conforme con la ley.

De esta forma, esta Dirección considera que, contrario a lo que pretende hacer ver la investigada, en ningún momento, se extralimitó en el ejercicio de sus funciones o trasgredió la legalidad de sus actuaciones, toda vez que cada una de estas y, en particular la visita de inspección administrativa que se cuestiona, fueron desarrolladas dentro del marco de las competencias que ostenta esta Autoridad y con fundamento en el respeto de las normas procedimentales aplicables al trámite administrativo y los derechos que le asisten a la investigada.

Aunado a lo anterior, debe señalarse que en la sentencia C-165 de 2019 citada por el apoderado se declaró la constitucionalidad condicional del numeral 4 del artículo 59 de la Ley 1480 de 2011, *"en el entendido de que las competencias allí previstas (i) deben ejercerse a la luz de lo dispuesto en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo y en el Código General del Proceso, y (ii) no comprenden la realización de interceptaciones o registros ni otras actividades probatorias que, según la Constitución, se encuentran sometidas a reserva judicial de conformidad con la Constitución"*.

En ese sentido debe ponerse de presente que las competencias ejercidas por esta Entidad no solo se ejercieron de acuerdo con lo establecido en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo y en el Código General del Proceso como se señaló previamente, sino que

⁴¹ CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia C-429/19, M.P. GLORIA STELLA ORTIZ DELGADO. Expediente D-12866, Fecha: diecisiete (17) de septiembre de dos mil diecinueve (2019)

en ningún momento se realizaron registros u otras actividades probatorias sometidas a reserva. Por el contrario, la prueba que se cuestiona fue obtenida a partir de la visita a las redes sociales de la investigada, que son de carácter público, por lo que tampoco podría evidenciarse de manera alguna una vulneración a los derechos fundamentales del sujeto pasivo.

Finalmente, en cuanto a la afirmación según la cual esta Dirección pretende evitar el cumplimiento del artículo 236 del Código General del proceso al transformar los resultados de la inspección administrativa en una prueba documental *"cuando en realidad el medio de prueba invocado no fue ese"*, es menester señalar que, contrario a lo afirmado por el apoderado del sujeto pasivo, en ningún momento, durante el trascurso del presente procedimiento se transformaron los resultados obtenidos en la visita efectuada por esta Autoridad, cosa distinta es que a través de la grabación realizada durante la diligencia se haya optado por realizar una grabación con la finalidad de registrar lo acontecido y de esclarecer los hechos objeto de investigación. Situación que es perfectamente válida a la luz de lo dispuesto en el artículo 238 de dicho cuerpo normativo, el cual hace parte de las normas traídas a colación por la investigada en el ejercicio de su derecho de defensa.

Así las cosas, los argumentos esgrimidos por el apoderado no pueden ser de recibo para esta Dirección, en tanto que no se encuentran debidamente sustentados ni probados como para permitirle a esta Dirección encontrar fallas en la legalidad con la que fue recabada la prueba. En consecuencia, debe aclararse que el video a través del cual se registró la visita de inspección aludida se mantiene incólume y por tanto deberá ser tenido en cuenta para abordar el análisis de fondo de las imputaciones frente a las cuales sirvió de sustento.

27.2. Problema jurídico:

La Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, se encargará de determinar si la conducta desplegada por **RAPPI S.A.S.**, identificada con el NIT 900.843.898-9, configura o no una vulneración a la normativa a las disposiciones establecidas en los artículos 6, 23, 29, 30, 50 en sus literales c) y d) y 52 de la Ley 1480 de 2011, así como el numeral 2.1.2.4 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

27.3. Frente al presunto incumplimiento al artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, por una posible falta de calidad en la prestación del servicio. Imputación fáctica N°1:

27.3.1. Generalidades en torno a la calidad en la prestación del servicio.

En este cargo, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor le imputó una presunta responsabilidad al sujeto pasivo, por considerar que con su conducta podría configurarse una vulneración a lo que establece el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011. De esta manera, esta Autoridad procederá al análisis de la presente imputación fáctica, frente a la conducta de la investigada, los argumentos expuestos, y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normativa.

Así pues, esta Dirección considera necesario señalar que los consumidores tienen el derecho a recibir productos de calidad, es decir, a recibir éstos de acuerdo con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado. En ese sentido, el artículo 6° de la Ley 1480 de 2011, establece que todo productor de bienes y/o servicios debe asegurar la idoneidad y seguridad de los mismos, así como la calidad ofrecida.

De lo anterior, resulta oportuno delimitar los conceptos a los que alude el referido artículo, esto es calidad e idoneidad, los cuales definió el Estatuto en su artículo 5°, numerales 1° y 6°, respectivamente; el primero como la *"condición en que un producto cumple con las características inherentes y las atribuidas por la información que se suministre sobre él"*; y el segundo como la *"aptitud del producto para satisfacer la necesidad o necesidades para las cuales ha sido producido o comercializado"*.

De esta manera, debe resaltarse el alcance del significado *"calidad"* en materia de protección al consumidor, por cuanto el mismo hace referencia a la condición en que un determinado bien o servicio

efectivamente cumple con las características inherentes a él y las que se le han atribuido a través de la información que se les suministra a los usuarios. Así, el aspecto de la calidad debe estudiarse desde tres perspectivas a saber: i) normatividad que regula la calidad específica de un producto; ii) la información que suministró el productor y/o proveedor respecto del producto y iii) las características inherentes del bien o servicio de que se trata.

Ahora bien, como quiera que los consumidores se encuentran en un marco de información asimétrica y desigualdades fácticas con respecto a comercializadores y productores al momento de adquirir bienes y servicios, pues los primeros, depositan la confianza en el prestigio de la marca, la novedad del producto o el éxito mediático obtenido a través de las campañas publicitarias desplegadas en el mercado, se hace imperativo una especial protección⁴².

Para tal efecto, el Estatuto del Consumidor previó la garantía, la cual corresponde a una obligación temporal a cargo de los productores, importadores, proveedores o expendedores de responder ante los consumidores finales acerca de la calidad, idoneidad, seguridad, buen estado y funcionamiento de los productos que pongan a su disposición en el mercado.

Sobre este particular vale la pena indicar que, dicha obligación corresponde a la que indique la ley o la autoridad competente y, a falta de ello, la que anuncie el productor o expendedor. Sin embargo, cuando no se diga nada acerca del término de la misma, se entiende que el lapso será de un (1) año para productos nuevos.

En la misma línea, resulta oportuno poner de presente que, las garantías tienen cabida tanto para los productos como para los servicios, pues para el primer caso, cuando los bienes no sean susceptibles de reparación, los consumidores pueden solicitar directamente el cambio del bien o la devolución del dinero. Ahora, cuando el bien es susceptible de ser reparado, sólo en el evento de repetirse la falla, atendiendo la naturaleza del bien y las características del defecto, podrá solicitar al productor y/o proveedor o expendedor el cambio del bien por otro de similares características o el reintegro del dinero. Así, en las garantías de los servicios, el consumidor podrá decidir si desea la prestación del servicio en las condiciones en las que fue contratado o la devolución del dinero pagado.

De igual modo, es pertinente señalar que hace parte de la calidad, la entrega completa, adecuada y oportuna de los bienes y servicios, en la medida en que se configura como una de sus características inherentes, por lo que, si el productor o proveedor de un bien se compromete a entregar un producto en una fecha o plazo cierto, pero no cumple, pues entrega el pedido incompleto, diferente, en mal estado o por fuera del término informado, el consumidor tendrá derecho a solicitar la devolución del dinero pagado y a rescindir el contrato.

Lo anterior, teniendo en cuenta que, tal y como se mencionó en el acápite 27.1.2. del presente acto administrativo, de varias de las disposiciones contenidas en la Ley 1480 de 2011 –Estatuto del Consumidor–, se desprende que la adquisición de un producto incluye la entrega del mismo, la cual se da con posterioridad al acuerdo frente a la cosa y el precio que se consolida entre el consumidor y el proveedor y/o expendedor, esto es, luego de efectuada la venta misma, por lo que el surgimiento y el perfeccionamiento de esa relación de consumo no solo está dado porque los consumidores adquieran los bienes y/o servicios ofrecidos, sino porque se dé la efectiva entrega de los mismos.

De allí que se afirme que el acto de entrega es inherente a la adquisición del bien y no puede desligarse del proceso de comercialización y distribución que se desarrolla para satisfacer una necesidad de consumo, pues no puede perderse de vista que la actividad de la investigada en este caso, no solo se limita a ofrecer bienes y/o servicios, sino que tiene a su cargo la efectiva distribución y entrega de lo que se adquiere.

Así mismo, cabe destacar que *"las fallas en la calidad e idoneidad no solo se presentan ante un desempeño defectuoso o deficiente (...) sino también cuando las expectativas del consumidor se defraudan por la falta de conformidad entre lo que se promete y lo que realmente se entrega o porque*

⁴² CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia C-749 de 2009 Expediente D-7686. Magistrado Ponente: VARGAS SILVA, Luis Ernesto. Bogotá D.C. 21 de octubre de 2009.

no cumplen con ellas"⁴³.

En igual sentido se ha pronunciado la doctrina al expresar que *"de conformidad con la definición de calidad que trae la Ley 1480 de 2011, esta se extiende a la información proporcionada al consumidor por el productor o proveedor. De esta forma, la calidad de un producto también estará integrada por las condiciones y características que hubieran sido atribuidas al bien o servicio, y que hubieran sido informadas al consumidor (...). En conclusión, la calidad del producto está determinada, en adición a los demás parámetros que establece la ley, por la información suministrada por el productor o proveedor sobre el bien o servicio, incluidas todas las afirmaciones de carácter objetivo que se encuentren en los anuncios publicitarios sobre el producto"*⁴⁴.

En tal entendido, debe indicarse que en la prestación de un servicio que deriva de una relación de consumo en la que los usuarios adquieren bienes para satisfacer sus necesidades, existen condiciones particulares, mínimas e intrínsecas de calidad en la ejecución de dicha prestación, en virtud de la cual, los consumidores no solo resultan expectantes del efectivo cumplimiento de las obligaciones generales derivadas del contrato a cargo del prestador del servicio, sino además de que se garanticen aquellas prestaciones que aunque no fueron expresamente pactadas, son inherentes al mismo, o son atribuidas por el productor o proveedor, como lo son por ejemplo, la contestación oportuna de las solicitudes de información efectuadas por los consumidores, la aclaración de aspectos inherentes a los negocios jurídicos celebrados con el sujeto pasivo, así como para este caso, la entrega efectiva y completa de los bienes en los tiempos establecidos e informados en virtud de la compraventa celebrada con la investigada.

Así las cosas, esta Dirección encontró mérito para imputar presunta responsabilidad a la investigada por considerar que posiblemente incurrió en una trasgresión a la normativa previamente estudiada en la medida en que se pudo advertir preliminarmente que se presentaron discrepancias entre las características inherentes y atribuidas por esta, y la realidad frente al servicio que presta a través de su plataforma, las cuales serán estudiadas de la siguiente manera, en atención al orden empleado en el pliego de cargos: i) Sobre las fallas en la calidad del servicio de RAPPIFAVOR; ii) Sobre las fallas en la calidad del servicio relacionadas con cancelaciones, no entrega, entrega incompleta o en mal estado, entrega de un producto diferente al solicitado e inconvenientes con el cobro de los pedidos; iii) Sobre las demoras en los tiempos de entrega de los pedidos; iv) Sobre las fallas en la calidad del servicio con ocasión de la celebración del día de la madre y v) Sobre las fallas en la calidad del servicio en relación con el acceso a productos nocivos por parte de menores de edad.

27.3.2. Análisis probatorio del caso concreto:

27.3.2.1. Sobre las fallas en la calidad del servicio de RAPPIFAVOR

En este punto, esta Dirección inició investigación administrativa en contra de la sociedad **RAPPI S.A.S**, comoquiera que al analizar la relación de peticiones, quejas y reclamos allegada por la investigada durante la averiguación preliminar mediante el número de radicado 19-16890-2 del 11 de febrero de 2020, se pudo determinar que aparentemente durante el periodo comprendido entre el 1 de julio y el 10 de diciembre de 2019, se presentaron aproximadamente trescientas (300) reclamaciones relacionadas con el servicio de RAPPIFAVOR, motivadas en su mayoría 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 promociones ni de pagos con *"Rappicréditos"* y pérdida de productos que se envían a través de RAPPIFAVOR, como se expone a continuación:

Tabla N°2. Extracto de peticiones, quejas y reclamos. (Radicado N°20-16890-2)

⁴³SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Delegatura para la Protección del Consumidor. Resolución N°63352 de 5 de octubre de 2017. Expediente N°13-220948.

⁴⁴ Carmen Ligia Valderrama (2013). *De las garantías: una obligación del productor y el proveedor*. Valderrama Rojas Carmen Ligia, (Ed). (2015). *Perspectivas del derecho de consumo*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia. Págs. 236 - 239.

RESOLUCIÓN NÚMERO 1005 DE 2022
 "Por la cual se decide una actuación administrativa"

MOTIVO	CANTIDAD
Me cancelaron mi pedido y me cobraron	152
Dudas con el cobro	58
Incidente grave con mi repartidor	29
Incidente con mi repartidor	14
Mi cuenta esta bloqueada	9
No aplicó promoción	8
Mi pedido no fue entregado	7
Posible fraude	5
¿Qué debo hacer si mi cuenta está bloqueada?	4
Necesito ayuda	4
Producto llegó en mal estado	4
No puedo utilizar mi RappiPay	4
Mi pedido llegó incompleto	2
Deuda por efectivo recibido	2
No veo mi RappiPay en el balance	2
No veo reflejado mi saldo	2
Pedido diferente	1
Queja por otra orden	1
Cobro no reconocido	1
Confirmación registro de llamada	1
Eliminar notificaciones de la app	1
RAPPIFAVOR	1
Falla en cobro de rappifavor	1
Cancelación Rappifavor	1
Delivery delay	1
Queja sobre la cuenta	1
No aplicó Rappiprime en mi pedido	1
Inconveniente con mi orden de expovinos	1
No puedo ingresar a RappiPay	1
Cancelación	1
TOTAL	330

Así las cosas, esta Dirección considera oportuno traer a colación, a modo de ilustración, algunas de las reclamaciones aludidas y que sirvieron de sustento al presente sub-cargo, a efectos de realizar el análisis que corresponde:

Tabla N°3. Muestra de peticiones, quejas y reclamos relacionadas con la calidad del servicio de "Rappifavor". (Rad. 20-16890-2)

FECHA DE RADICACIÓN	NOMBRE DEL CONSUMIDOR	MOTIVO QUEJA	DETALLE	TRÁMITE	OBSERVACIONES DE LA DIRECCIÓN
2/07/2019	[REDACTED]	Incidente con mi repartidor	"Realicé el pago del RappiFavor con RappiPay; pero el repartidor me insistió que le pagara en efectivo; de forma grosera y sin atender al hecho que ya había cancelado por medio de la aplicación. Pagué dos veces por un mismo servicio."	A favor del cliente	Se observa la existencia de un doble cobro del servicio por parte de la investigada, comoquiera que pese a que el consumidor ya había realizado el pago electrónicamente a través de la aplicación, se le volvió a cobrar en efectivo, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a su petición.
5/07/2019	[REDACTED]	Dudas con el cobro	"Primero hice mi pedido y me tomo la orden un restaurante en Bogotá; no me han devuelto los créditos; y lo hice por RappiFavor y mi pago lo coloqué rappicrédito y me cobró en efectivo; no quisiera más malas experiencias con ustedes; pero ya han sido varios inconvenientes???????"	A favor del cliente	Se observa la existencia de un doble cobro del servicio por parte de la investigada, comoquiera que pese a que el consumidor ya había realizado el pago electrónicamente a través de la aplicación, se le volvió a cobrar en efectivo, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a su petición.
5/07/2019	[REDACTED]	Dudas con el cobro	"El rappifavor me lo descontaron de rappipay y adicional el rappi me lo cobro"	A favor del cliente	Se observa la existencia de un doble cobro del servicio por parte de la investigada, comoquiera que pese a que el consumidor ya había realizado el pago electrónicamente a través de la aplicación, se le volvió a cobrar en efectivo, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a su petición.
13/07/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"cancelaron el rappifavor y me cobraron"	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro, por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.
16/07/2019	[REDACTED]	Dudas con el cobro	"El usuario se le realio un cobro de Rappifavor que el no genero"	A favor del cliente	Se advierte que pese a que el usuario no había solicitado el servicio, se le cargó un cobro por concepto del mismo por lo que la investigada tuvo que

					acceder favorablemente a la petición del consumidor.
21/07/2019		Incidente grave con mi repartidor	"Hola. Hoy pedí un Rappifavor; entregaron la encomienda al repartidor; el tipo canceló la entrega y se quedó con el encargo. No me han dado respuesta!!! Ayuda; no es correcto esto."	A favor del cliente	Se observa que no solo el servicio fue cancelado sino que el rappidero se quedó con el bien por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor, al no haberse presentado la entrega, y ante la posibilidad de pérdida del objeto.
23/07/2019		Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Cancele el rappid favor porque aparecía mal la dirección de recogida; después me explicaron que era un error de la aplicación. Cuando cancele aún no se había encontrado el domiciliario. Solicito la devolución del cobro. Después solicité el domicilio correcto"	A favor del cliente	Se observa que se generó un cobro por concepto de la cancelación del servicio pese a que la misma se dio como consecuencia de un error de la plataforma de comercio electrónico, que arrojó una dirección diferente a la solicitada, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición.
23/07/2019		Dudas con el cobro	"Hola. Hoy hice un rappid favor que llegó equivocado. Luego me hicieron el cambio y me trajeron el pedido correcto. Sin embargo el incorrecto costó 40.000 más que el correcto. Es decir que tengo a mi favor 40.000"	A favor del cliente	Se observa que se efectuó un cobro equivocado por valor de 40.000 COP, en tanto que dicho valor no guardó correspondencia con el servicio efectivamente prestado, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor.
25/07/2019		Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Buenos días; el viernes 20 y sábado 21 hice varios pedidos para realizar en total 1 rappid favor; fueron cancelados muchos y me cobraron en mi tarjeta muchos. Veo un saldo a favor ¿cómo lo cobro? Gracias"	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro, por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.
25/07/2019		Dudas con el cobro	"Solicite el servicio de Rappifavor entre dos direcciones cuando me dieron el precio no aparecía el valor y cuando di aceptar me debitaron más de 16.000 por una vuelta muy sencilla; solo que el gps al parecer estaba malo y mando el rappid a otra dirección ; no me gusto este cobro me pareció excesivo y además me tocó explicarte la dirección de recogida al rappid porque fue a otro lugar"	A favor del cliente	Se observa una discrepancia entre el cobro realizado y el servicio efectivamente prestado, como consecuencia de una falla en la plataforma de comercio electrónico, que arrojó una dirección distinta a la solicitada, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor.
31/07/2019		Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Hola me cobraron un rappid favor que ustedes mismos me cancelaron"	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro, por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.
31/07/2019		Incidente grave con mi repartidor	"Hola; mi Rappifavor entregó mi encomienda a una dirección totalmente equivocada a la especificada. Qué debo hacer? "	A favor del cliente	Se evidencia que hubo una entrega en una dirección distinta a la solicitada por el consumidor para la prestación del servicio, por lo que no fue recibido por el destinatario real y, en consecuencia, la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición.
1/08/2019		Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Rappi me cancelo el pedido y me cobraron el costo del rappid favor"	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro, por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

2/08/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"El 29 de julio hice dos pedidos de Rappifavor; ambos me los cancelaron y ambos aparecen cobrados en el extracto de mi tarjeta de crédito. Uno de ellos por valor de \$18.835 y el otro por \$17.885 por favor contactarme para aclarar estos cobros y definir el procedimiento a seguir. Gracias"	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro, por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.
2/08/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Les informo que previo a solicitar RAPPIFAVOR aplique cupón PLATARAPPIFAVOR1 vigente por ser nivel Plata. El sistema lo aprobó pero al completar transacción me descontaron costo de transacción de Rappicreditos disponibles y no he recibido ninguna notificación de aplicación de este cupón. El cupón vigente menciona "te devolvemos 100% de tu pedido hasta \$5.000 Solicito favor me abonen a mi cuenta lo indicado en la App por Uds. Quedo atento a la respuesta. Mil Gracias"	A favor del cliente	Se observa que pese a que el usuario tenía derecho a la aplicación de un cupón o promoción, en virtud del cual le devolvían hasta el 100% del pedido, para la prestación del servicio de rappifavor, se realizó un cobro afectando los rappicréditos que tenía, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición.
7/08/2019	[REDACTED]	Incidente grave con mi repartidor	"En mi rappifavor La dirección ingresada tanto al inicio como en la recogida en la aplicación es correcta y me hizo un cobro y la aplicación aún así envió el Rappitendero a la dirección incorrecta e hizo un cobro a mi tarjeta. No es la primera vez que pasa; y al llamar me dicen q está en una dirección q no ingresé ni esta vez ni la pasada en la que se tuvo el error y también el cobro a mi tarjeta. Ayuda urgente ya he perdido dos veces dinero por esto (18 mil aproximadamente) y el susto de pedir de nuevo"	A favor del cliente	Se observa una discrepancia entre el cobro realizado y el servicio efectivamente prestado, como consecuencia de una falla en la plataforma de comercio electrónico, que arrojó una dirección distinta a la solicitada, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor.
22/08/2019	[REDACTED]	Incidente grave con mi repartidor	"hola hace unos minutos envié un teléfono por rappifavor el mensajero me canceló el pedido no se por qué y necesito recuperar el teléfono; el mensajero se llama Andrés Mauricio Ramirez duque"	A favor del cliente	Se observa que no solo el servicio fue cancelado sino que el rappitendero se quedó con el bien por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor, al no haberse presentado la entrega, y ante la posibilidad de pérdida del objeto.
24/08/2019	[REDACTED]	Dudas con el cobro	"El rappifavor costaba 8.400 y el rappitendero al entregar el delivery en la dirección cobró 10.000"	A favor del cliente	Se advierte que hubo un cobro por un valor superior al del servicio prestado, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor.
28/08/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Estoy demasiado enojada este mes en la tarjeta me llegó el cobro de Rappi por la totalidad que tenía el costo del rappifavor; ahora bien si yo cancele el servicio fue porque llevaba más de 30 min esperando que me asignaran un rappitendero y eso nunca pasó; cuando le di la opción de cancelar salía que sin cobro y eso es obvio porque yo que culpa de su ineptitud; ahora bien me parece demasiado injusto el cobro y solicito el reembolso inmediato!!"	A favor del cliente	Se observa que se generó un cobro por concepto de la cancelación del servicio pese a que la misma se dio como consecuencia de la demora en su prestación, y aun cuando la opción de cancelar salía sin cobro, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición.

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

31/08/2019		Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"No llegó el rappifavor"	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro, por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.
3/09/2019		Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Hola; quisiera informar que no aplicó el cashback del código siguiente: PLATARAPPIFAVOR1 Agradezco si realizan la corrección y me generan el cashback correspondiente. Saludos; Mauro."	A favor del cliente	Se observa que pese a que el usuario tenía derecho a la aplicación de un cupón o promoción para la prestación del servicio de rappifavor con el código PLATARAPPIFAVOR1, se le realizó el cobro, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición.
4/09/2019		Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"3 veces solicite ayer un servicio de rappifavor; el cual fue cancelado por ustedes las 3 veces y aparte de que me perjudicaron por la pérdida de tiempo me cobraron las 3 veces. Que les está pasando???. Porfavor devolverme mi dinero"	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro, por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.
12/09/2019		Dudas con el cobro	"El cobro era de 6000 por el rappifavor y 9120 del producto. La suma era de 15.120"	A favor del cliente	Se advierte que hubo un cobro por un valor superior al del servicio prestado, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor.
13/09/2019		Incidente con mi repartidor	"Hola; necesito que por favor me contacten a este número: 3016590208. NO POR ESTE PEDIDO DE KOKORIKO; sino por un Rappifavor que me cancelaron después y que no me deja contactarme. Es urgente; se le dio al rappitendero una cantidad considerable de dinero y no tenemos cómo contactamos con él."	A favor del cliente	Se observa que no solo el servicio fue cancelado sino que el rappitendero se quedó con el bien por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor, al no haberse presentado la entrega, y ante la posibilidad de pérdida del objeto.
19/09/2019		Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Se redimió código como beneficio plata de devolución del 100% en rappifavor pero no fue efectivo"	A favor del cliente	Se observa que pese a que el usuario tenía derecho a la aplicación de un cupón o promoción, en virtud del cual le devolvían hasta el 100% del pedido, para la prestación del servicio de rappifavor, se le realizó un cobro, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente
19/09/2019		Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Se redimió código como beneficio plata de devolución del 100% en rappifavor pero no fue efectivo"	A favor del cliente	Se observa que pese a que el usuario tenía derecho a la aplicación de un cupón o promoción, en virtud del cual le devolvían hasta el 100% del pedido, para la prestación del servicio de rappifavor, se le realizó un cobro, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición.
20/09/2019		Dudas con el cobro	"Estaba pidiendo un rappifavor y cuando le Di continuar me salió la compra de una donación Quiero el reembolso de mi dinero por favor"	A favor del cliente	Se advierte que se presentó un cobro adicional al del servicio efectivamente realizado, en la medida en que la consumidora realizó una donación de manera equivocada por lo que, en la medida en que esta prueba no guarda relación con los hechos que se pretenden probar dentro del proceso, la misma resulta impertinente.

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

26/09/2019	[REDACTED]	Incidente con mi repartidor	"Hola; a decir verdad lo que me paso es confuso; ya que yo pedí un rappifavor para llevar una bufanda; pero cuando llego era un lo que sea; a lo que yo no entendí; el rappi llego y se llevó la bufanda a la casa de mi amiga aproximadamente a las 12 del día y ya van a ser las 4 de la tarde; y el chico no responde el teléfono y demás; creo que me ha robado"	A favor del cliente	Se observa que el rappidero se quedó con el bien por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor, al no haberse presentado la entrega, y ante la posibilidad de pérdida del objeto.
29/09/2019	[REDACTED]	Dudas con el cobro	"Se cobro doble rappifavor."	A favor del cliente	Pese a que no se presentan detalles de la operación, se evidencia que la investigada accedió favorablemente a la petición del consumidor al evidenciar que en efecto hubo un doble cobro del servicio.
3/10/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"El pedido lo cancelaron ustedes. Por favor hagan la devolución a la tarjeta. Y arreglen la parte de 'rappifavor' que no permite hacer el pago con rappicreditos"	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro. Así mismo, se advierte que la aplicación no permitió realizar el pago a través de rappicreditos. Por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.
3/10/2019	[REDACTED]	Dudas con el cobro	"Utilicé el código de descuento para 100% de Rappifavor de max \$5000 y no se ha aplicado del descuento."	A favor del cliente	Se observa que pese a que el usuario tenía derecho a la aplicación de un cupón o promoción, en virtud del cual le devolvían hasta el 100% del pedido, para la prestación del servicio de rappifavor, se le realizó un cobro, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición.
3/10/2019	[REDACTED]	Incidente grave con mi repartidor	"Hace más de 2 horas hice un pedido en Rappifavor vinieron por el producto me lo cobraron y ahora me dicen que aún no llega al destino"	A favor del cliente	Se observa que el rappidero se quedó con el bien por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor, al no haberse presentado la entrega, y ante la posibilidad de pérdida del objeto.
3/10/2019	[REDACTED]	Dudas con el cobro	"Utilicé el código de descuento para 100% de Rappifavor de max \$5000 y no se ha aplicado del descuento."	A favor del cliente	Se observa que pese a que el usuario tenía derecho a la aplicación de un cupón o promoción, en virtud del cual le devolvían hasta el 100% del pedido, para la prestación del servicio de rappifavor, se le realizó un cobro, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición.
4/10/2019	[REDACTED]	Producto llegó en mal estado	"es la segunda ve en una semana que pido este rappifavor y es la segunda ve que lo recibo en estado lamentable. el sushi está imposible. ¿Habrà alguna manera de garantizar que los rappi puedan traer el pedido en buen estado?"	A favor del cliente	Se observa que el servicio no fue prestado de manera adecuada en la medida en que hubo una entrega del bien en mal estado, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor.
5/10/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Me cobraron 6800 pesos del valor original de mi rappifavor. Solicito el reembolso de ese dinero"	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro, por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

8/10/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Buenos días. Acaban de realizar un cobro de 3200 de un rappifavor que no realicé. El último rappifavor solicitado fue el 30 de Septiembre del cual se realizó el pago y el día de hoy a las 7:09 am se realizó un debito a mi rappipay que no aplica. Solicito sea devuelto el dinero y corregido el error. Ese día por el contrario; ustedes me cancelaron el servicio a mi y tuve que pedirlo nuevamente porque no encontraron rappi."	A favor del cliente	Se advierte que pese a que el usuario no había solicitado el servicio, se le cargó un cobro por concepto del mismo por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor.
8/10/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"la aplicación fallo 2 veces al pedir un rappifavor se ponen las 2 direcciones pero la app lo crea como "lo que sea" y me manda a una bicicleta para hacer un envío de un lado de la ciudad a otro; no es mi culpa el fallo y aún así me lo cobraron"	A favor del cliente	Se observa que se generó un cobro por concepto de la cancelación del servicio pese a que la misma se dio como consecuencia de fallas en la aplicación, y aun cuando la opción de cancelar salía sin cobro, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor.
9/10/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Yo no he podido volver a pedir nada por este valor injustificado es el colmo yo soy usuaria de la opción de rappifavores"	A favor del cliente	Pese a que no obran detalles de la operación, resulta evidente que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor al haber efectuado un cobro pese a la cancelación del servicio.
15/10/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Pido un rappifavor y lo único que hacen es debitarme de mi tarjeta de crédito y luego de que me cobran me cancelan el pedido; no es la primera vez que me sucede ; es indignante que presenten un servicio tan malo ??????. Necesito que me solucionen con mi dinero para borrar su app y no usarla nunca más !!!"	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro, por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.
16/10/2019	[REDACTED]	Mi pedido no fue entregado	"El encargado de hacer el rappifavor dio por finalizado al recoger el pedido"	A favor del cliente	Se observa que el rappitendero se quedó con el bien y dio por finalizado el servicio por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor, al no haberse presentado la entrega, y ante la posibilidad de pérdida del objeto.
18/10/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Yo solicité un rappifavor y el tiempo se fue aumentando hasta que paso 1 hora y nunca llego la persona y no la pude contactar. Por favor la devolución del dinero"	A favor del cliente	Se observa que el rappitendero se quedó con el bien, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor, al haber efectuado cobro pese a que no se presentó la entrega, y aun más, ante la posibilidad de pérdida del objeto.
19/10/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"No se realizó el rappifavor"	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro, por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

22/10/2019	[REDACTED]	Dudas con el cobro	"Buenas tardes. Intente cancelar en varias oportunidades mi pedido ya que no era un 'lo que sea' era un rappifavor y aunque seleccionaba rappifavor él lo tomaba como un 'lo que sea'. Me cobraron como si fuera un 'lo que sea' intente muchas veces comunicarme con soporte por más de 46 minutos y no fue posible realizar esta comunicación ni esta verificación. Obviamente no deje que me cobraran en la tarjeta de crédito y ahora qué? Si el rappifavor costaba 4.400 y le di de propina a el rappi 1000 pesos. Entonces de qué manera vamos a solucionar esta situación? Que falta de respeto que yo intente arreglar este tema y no sea posible porque en soporte no contesten"	A favor del cliente	Se advierte que se presentó una falla en el cobro en la medida en que el mismo no correspondió al servicio efectivamente solicitado, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor.
23/10/2019	[REDACTED]	Dudas con el cobro	"El rappifavor que solicité hoy me cobraron 8mil pesos mientras el mensajero se paró todo este tiempo sin moverse dije que no iba a pagar y aún así me fue cobrado necesito solución esto es robar a sus usuarios"	A favor del cliente	Se observa que hubo un cobro por un servicio que finalmente no fue prestado, comoquiera que el rappidero no realizó movimiento alguno tendiente a la realización del rappifavor.
26/10/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"El rappi no pudo hacer el rappifavor por problemas en su moto"	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro, por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.
26/10/2019	[REDACTED]	Incidente grave con mi repartidor	"El día miércoles. Pedí un rappifavor para llevar una caja a otro lado y dejé a unas personas para que entregaran la caja. La cual yo había pagado con tarjeta de crédito. Y el rappidero les cobro a las personas en efectivo. El envío el paquete y por lo que yo no estaba ellos pagaron; lo que quiere decir que me cobraron doble. Solicito devolución del dinero"	A favor del cliente	Se observa la existencia de un doble cobro del servicio por parte de la investigada, comoquiera que pese a que el consumidor ya había realizado el pago electrónicamente a través de la aplicación, se le volvió a cobrar en efectivo, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a su petición.
27/10/2019	[REDACTED]	Incidente grave con mi repartidor	"Esto es el colmo; pedí un rappifavor; el repartidor acepto el pedido y cuando llego al destino me canceló la orden y se fue con mi producto. Lo vi desde la ventana.. no puedo comunicarme con nadie de soporte por la app porque el rappidero me cancelo. el rappidero se llama Jimmy Alberto Mejia.. llamé a donde pedí que lo recogiera y allá no ha llegado a dejar nada.. el tipo me robó. se fue con mi pedido!!!! ES SEGUNDO DIA QUE INTENTO COMUNICARME CON USTEDES Y NO RECIBO RESPUESTA POR NADIE. NO SE DONDE MAS MIERDA ESCRIBIR PARA QUE USTEDES ME DEN SOLUCION A ESTO! TENGO FOTOS DE QUE EL RAPPITENDERO RECOGIO MI PRODUCTO Y NUNCA ME LO ENTREGO. LO QUE HIO FUE CANCELARMELO"	A favor del cliente	Se observa que no solo el servicio fue cancelado sino que el rappidero se quedó con el bien por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor, al no haberse presentado la entrega, y ante la posibilidad de pérdida del objeto.

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

6/11/2019	[REDACTED]	Dudas con el cobro	"De nuevo solicite un servicio de rappifavor y lo cambio a lo q sea; el servicio era llevar un regalo de mi apto a otro lado y salia a costo 0 por un premio de ser plata; y lo cambio a lo que sea; en efectivo y cuando el rappi llegó no tenía dirección de llegada en su app; todo mal para un servicio de mensajería"	A favor del cliente	Se observa que pese a que el usuario tenía derecho a la aplicación de un cupón o promoción, en virtud del cual le devolvían hasta el 100% del pedido, para la prestación del servicio de rappifavor, se le realizó un cobro, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición.
6/11/2019	[REDACTED]	Dudas con el cobro	"Yo pedí un rappifavor y era recoger un paquete. El costo me salió de \$5650 pesos y me cobraron \$20900"	A favor del cliente	Se advierte que hubo un cobro por un valor superior al del servicio prestado, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor.
7/11/2019	[REDACTED]	Dudas con el cobro	"Por un rappifavor de 14000 me cobraron 39000; ya que agregaron en el camino un producto por 25000; yo nunca pedí que se comprara nada y convirtieron el pedido en un whim; además el rappitendero no quería entregar el paquete si no se le pagaban los 39000; lo cual fue muy grave porque era un cliente el que estaba esperando el paquete"	A favor del cliente	Se advierte que hubo un cobro por un valor superior al del servicio prestado, en la medida en que se añadieron productos no solicitados, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor.
13/11/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"me metí a cancelar el pedido precisamente porque no me habían asignado ningún rappitendero y cuando me metí decía que la cancelación era sin costo luego cuando primí cancelar me dijeron que tenía un costo de 5500 y se no podía decir que no. lo cancele por la demora en asignarme un rappitendero y porqué no entiendo porque cuando pido un rappifavor me lo están tratando como antojo siempre. no estoy de acuerdo con el cobro que se hio mi tarjeta ya que lo cancele precisamente porque no me habían asignado rappitendero y lo necesitaba urgente"	A favor del cliente	Se observa que se generó un cobro por concepto de la cancelación del servicio pese a que la misma se dio como consecuencia de la demora en su prestación, y aun cuando la opción de cancelar salía sin cobro, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor.
14/11/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"El rappifavor fue cancelado; no llegó a donde debía y no se han comunicado conmigo. No tengo el paquete que envíe y necesito una respuesta urgente"	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro, por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

<p>15/11/2019</p>	<p>[REDACTED]</p>	<p>¿Que debo hacer si mi cuenta esta bloqueada?</p>	<p>"Buena noche en el día de hoy se realiza una solicitud de rappi favor; el servicio fue tomado por el rappi de nombre Leonardo Guerrero tenía que llevar un paquete en recorrido de 3.94 km cuando la aplicación cogió el trayecto el recorrido era por 10.000 pesos; pero sorpresivamente cuando el domiciliario llego al destino el rappi favor quedo por un valor de 28.000 pesos; en si esto nos es lo grave lo grave es que domiciliario engaño a la persona que iba a recibir el paquete diciendo y dando indicaciones que no eran; efectivamente el problema tampoco es este; el problemas es que su empleado no tiene número celular y es la hora desde que se pidió el rappifavor que el domiciliario no contesta el numero celular y lo que más grave aún es que el paquete contiene una mercancía 8 pares de gafas que tiene un costo de 2.000.000 millones de pesos; en ese sentido ¿qué nos toca hacer para recuperar esa mercancía?; exigimos como clientes y usuarios de la plataforma la devolución de la mercancía y los nombres completos del rappi para poner la respectiva denuncia por robo espero que esta queja no vaya a quedar sin que se le dé solución ya que en otra oportunidad tuve un inconveniente con ustedes y se demoraron alrededor de 3 meses para responder; espero que esta ve no sea así! lo minimo que podemos esperar por parte de ustedes es una inmediata respuesta y los datos del rappi para empezar la respectiva denuncia ante la Fiscalía Adjunto el pantallazo del rappi tendero"</p>	<p>A favor del cliente</p>	<p>Se observa que hubo un incremento de casi el triple del valor inicialmente informado al consumidor para la prestación del servicio. Así mismo, se advierte que el rappidero se quedó con el bien por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor, al no haberse presentado la entrega, y ante la posibilidad de pérdida de la mercancía, cuyo valor supera los 2 millones de pesos.</p>
<p>17/11/2019</p>	<p>[REDACTED]</p>	<p>Me cancelaron mi pedido y me cobraron</p>	<p>"Hola. No sé por qué fue tan complicado está ve con Rappi. En una ocasión pasada había pedido un RappiFavor para que recogieran unas llaves en una dirección y las llevaran a otra Y todo perfecto. Esta ve pedí lo mismo; dice que quedó como antojo y no sé por qué; llegó un señor en cicla muy perdido y la app no lo dejó arrancar rápido. Después se fue y al rato volvió y me devolvió las llaves que porque el servicio era muy lejos. Pido otro; el de este cobro; le escribo de una al señor que si tiene moto; le entendí que sí y al rato me dice que no; que en cicla. Entonces me tocó cancelar otra vez; cuándo describía el RappiFavor dije que por favor alguien con moto y otra vez lo tomó alguien con cicla; cancelo y me sale cobro... terrible; necesitaba ese favor urgente y me tocó buscar otra ayuda."</p>	<p>A favor del cliente</p>	<p>Se advierte que el consumidor tuvo varios inconvenientes con a prestación del servicio toda vez que requirió de manera específica que el mismo se prestara en moto pese a lo cual la investigada hizo caso omiso. En ese sentido se observa que tuvo que hacer varias cancelaciones y pese a que las mismas obedecieron a la conducta de la investigada se le cobró tarifa de cancelación al usuario.</p>
<p>19/11/2019</p>	<p>[REDACTED]</p>	<p>Me cancelaron mi pedido y me cobraron</p>	<p>"No me cumplieron el rappifavor; y si me hicieron el cargo a la tarjeta; necesito la devolución del dinero a la tarjeta nuevamente"</p>	<p>A favor del cliente</p>	<p>Se advierte que pese a haber un incumplimiento en la prestación del servicio por parte de la investigada, se le realizó un cobro al consumidor, de manera que el</p>

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

					sujeto pasivo tuvo que acceder favorablemente a la petición.
19/11/2019		Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Hola yo pedí un RappiFavor. Nunca me lo hicieron. Me lo cancelaron sin explicación y me cobraron por el. No me parece bien esto! Me gustaría que me reembolsan por el RappiFavor y que me expliquen porque lo cancelaron".	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro, por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.
20/11/2019		Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Es injusto q cobren cuando en el momento de la cancelación aparece 0 pesos; he intentado en varias ocasiones pedir rappifavor y son muy lentos asignando personal; descubrí pickup mensajería y los borran a uds en este servicio"	A favor del cliente	Se observa que se generó un cobro por concepto de la cancelación del servicio pese a que la opción de cancelar salía sin cobro, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor.
20/11/2019		Dudas con el cobro	"Más allá del cobro errado (inicialmente me cobraron 4.000 y ahora veo que debitaron 17.200) toda la experiencia fue temble. Primero la dirección del punto B fue cambiada (yo coloqué Tritto café y al Rappitendero le aparecía mi oficina; que queda bien lejos del punto B que yo necesitaba). Segundo nunca pude ver la trazabilidad del Rappifavor... me mostraba la información errada y por eso tuve que coordinar todo con el Rappitendero por chat y llamadas (la app no sirvió para nada). Tercero en la mitad del pedido recibí una notificación de que se había sumado un cobro de 103.000 a mi pedido; cuando llamé al Rappi Tendero me comentó que se debía a que había colocado el valor de la mercancía lo que no entiendo por qué pasó si desde el inicio yo coloqué que el valor era \$0. Cuarto el Rappi Tendero me pidió ayuda para poder tramitar el pedido porque la información en la app no le servía y le mostraba que en el punto B debía pagar los 103.000. Quinto - intenté llamar inicialmente al Rappitendero y al marcar, me direccionaba a un número fijo en Medellín en el cual no contestan. Esta experiencia fue muy mala y es una lástima porque la idea del servicio es buenísima; ya la había usado y había salido bien"	A favor del cliente	Se observa que hubo un incremento de casi el cuádruple del valor inicialmente informado al consumidor para la prestación del servicio y que siguió incrementando. Así mismo, se advierte que hubo un cambio de dirección en la aplicación.
22/11/2019		Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Pedí un Rappifavor. La aplicación tomó mal un 'lo que sea' y el rappitendero quería cobrar más por hacer el domicilio; y él mismo lo canceló! No pueden cobrame"	A favor del cliente	Se advierte que el servicio fue cancelado por parte de la investigada, no obstante lo cual realizó un cobro, por lo que tuvo que acceder favorablemente a la petición del usuario.
23/11/2019		Me cancelaron mi pedido y me cobraron	"Pedí un rappifavor; él llega al sitio y me dice que no puede comprar los productos. Por qué debería pagar la tarifa de cancelación? Cuáles son las políticas? Eliminen ese cobro"	A favor del cliente	Se observa que se generó un cobro por concepto de la cancelación del servicio pese a que la misma se dio porque el rappitendero no pudo comprar los productos, y aun cuando la opción de cancelar salía sin cobro, por lo que la investigada tuvo que acceder

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

					favorablemente a la petición del consumidor.
9/07/2019	[REDACTED]	No aplicó promoción	<i>Buenas noches; ayer hice un pedido en la sección Rappifavor y apliqué el código de mi nivel plata que dice que me devuelven el 100% hasta 5.000 pesos. Hoy estoy revisando y no me devolvieron la plata. Me podrían ayudar por favor?</i>	A favor del cliente	Se observa que pese a que el usuario tenía derecho a la aplicación de un cupón o promoción, en virtud del cual le devolvían el 100% hasta 5.000 COP, para la prestación del servicio de rappifavor, se le realizó un cobro, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición.
16/07/2019	[REDACTED]	No aplicó promoción	<i>Tenia saldo con rappipay y el rappi le cobró a mi empleada 13.000 pesos por el rappifavor; no entiendo porque?</i>	A favor del cliente	Se observa la existencia de un doble cobro del servicio por parte de la investigada, comoquiera que pese a que el consumidor ya había realizado el pago electrónicamente a través de la aplicación, se le volvió a cobrar en efectivo, por lo que tuvo que acceder favorablemente
18/07/2019	[REDACTED]	No aplicó promoción	<i>Tengo 2 cobros en mi TC: 1 por \$10000 y otro por más de \$90000 y el rappifavor tuvo un costo menor Me pueden ayudar a verificar esto</i>	A favor del cliente	Se advierte que hubo un cobro por un valor muy superior al del servicio prestado, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición del consumidor.
17/10/2019	[REDACTED]	Me cancelaron mi pedido y me cobraron	<i>Buenas tardes; esto no aplica pues en realidad no me cancelaron el pedido. Mi solicitud es porque no aplico la promoción con el bono de descuento que use PLATARAPPFAVOR2; AL COMIENZO APARECIA COBRO DE 1.000 Y DESPUES ME DESCANTARON 10.000</i>	A favor del cliente	Se observa que pese a que el usuario tenía derecho a la aplicación de un cupón o promoción, para la prestación del servicio de rappifavor, el mismo no fue aplicado y se le realizó un cobro por un valor superior, por lo que la investigada tuvo que acceder favorablemente a la petición

Del análisis establecido en precedencia, encuentra esta Dirección que, en efecto, se presentaron múltiples incumplimientos por parte de la investigada con ocasión de la prestación del servicio de Rappifavor, que hicieron que tuviera que acceder favorablemente a las reclamaciones de los consumidores.

Así pues, a partir de la muestra se pudo determinar que los usuarios tuvieron problemas con la cancelación del servicio de "Rappifavor", en donde se observó que se cobró el valor del pedido pese a que fue el propio sujeto pasivo quien lo canceló, tal y como se refleja, a modo de ejemplo, en las reclamaciones de los señores

[REDACTED] Así mismo, se evidenció que cobró tarifa de cancelación aun cuando dicha circunstancia obedeció a otras fallas en su propio servicio, como demoras en los tiempos de entrega, envíos a direcciones distintas a las registradas por los usuarios, envíos realizados en bicicleta pese a que habían sido condicionados a la realización en motocicleta, y cobros por tarifa de cancelación pese a que la aplicación informaba un costo de 0\$, tal y como se ilustra en las quejas de los señores

Igualmente, se pudo advertir que en varios de los casos se presentaron inconvenientes con el cobro realizado por el sujeto pasivo, los cuales obedecieron a circunstancias como doble cobro de manera electrónica y en efectivo, verbigracia lo sucedido con los señores

[REDACTED] cobros por servicios que no fueron solicitados, como lo evidenciado en la

queja de la señora [REDACTED]; y cobros adicionales por cambios de dirección efectuados por la plataforma y no por los usuarios, como se puede verificar en las reclamaciones de los señores [REDACTED]

Por otra parte se pudo observar, en algunos de los casos señalados en la muestra, que la investigada no realizó la entrega efectiva de los bienes que fueron objeto del servicio de "Rappifavor" o, verbigracia lo ocurrido con los señores [REDACTED]

[REDACTED]; o aun cuando se cumplió con la misma, se dio en la dirección equivocada como en la queja de la señora [REDACTED], o los objetos fueron allegados en mal estado, como se pudo advertir, a modo de ilustración, en la solicitud de la señora [REDACTED]. Incluso, se pudo evidenciar que algunos de los rappideros dieron por finalizado el pedido sin entregar lo requerido, existiendo así pérdida de objetos incluso hasta por valor de 2.000.000 COP, como en el caso del señor [REDACTED]

Así mismo, de la muestra se pudo determinar que varios consumidores resultaron inconformes por la falta de aplicación de las promociones informadas por la investigada a través de su plataforma de comercio electrónico, particularmente en lo que tiene que ver con cupones de descuento, como se puede evidenciar de las quejas de los señores [REDACTED]; y por no aplicación del pago con rappicréditos, tal y como se refleja en las reclamaciones de los señores [REDACTED]

Finalmente, en lo que corresponde a la no devolución del dinero cuando el servicio no se prestó, y en la entrega incompleta de los bienes objeto del "Rappifavor", esta Dirección no encontró elementos de juicio que soporten las conductas descritas por lo que se procederá a desestimarlas y, en aplicación del principio de economía procesal, solo se pronunciará respecto de los demás hechos mencionados en precedencia.

De esta manera, al examinar la muestra contenida en la tabla N°3, se hace evidente para este Despacho que, en efecto, se presentaron fallas en la calidad del servicio prestado por el sujeto pasivo, toda vez que las expectativas de los consumidores resultaron defraudadas al existir inconsistencias entre las características inherentes, -entendidas como las propias de aquel, es decir, aquellas obvias de un servicio de similares condiciones, las cuales el consumidor espera que se cumplan por parte del productor y/o proveedor dentro de la relación de consumo-, y las atribuidas por la investigada al servicio de "Rappifavor", con respecto a la realidad; situación que hizo que aquél se tornara deficiente.

Lo anterior, teniendo en cuenta que una vez es confirmado el servicio en la plataforma de comercio electrónico, lo que esperaría un consumidor promedio es que le sea efectivamente prestado, y que los bienes objeto del mismo sean igualmente entregados dentro de los tiempos y las condiciones informadas por la investigada. En ese sentido, no es admisible a la luz de lo dispuesto en el Estatuto del Consumidor que el sujeto pasivo opte por cancelar los servicios confirmados toda vez que al haberlos aceptado y al haberles manifestado tal situación es evidente que los consumidores cuentan con que se prestarán, caso contrario, acudirían a otro competidor para satisfacer sus necesidades oportunamente. Hecho que es aún más reprochable en aquellos casos en los que a pesar de la cancelación se efectúa el cobro.

En la misma línea, se ven frustradas las expectativas del consumidor cuando se ve obligado a cancelar el servicio por fallas de la investigada y no obstante, le es cobrada la tarifa de cancelación, pues ciertamente, al ser una circunstancia atribuible al sujeto pasivo, de ninguna manera resulta dable esperar que el usuario de la aplicación tenga que asumir dicho valor. De igual forma, cuando en la plataforma de comercio electrónico se informa claramente que la cancelación no tiene costo, los consumidores se encuentran predispuestos a esperar que una vez opriman dicha opción no se les realice ningún cobro por lo que el hacerlo, también contraría las características informadas por la propia investigada.

Ahora bien, en lo que respecta a los inconvenientes por el cobro, debe ponerse de presente que una vez la investigada informa a través de su plataforma el valor del servicio, este debe ser cobrado tal y como fue señalado en aras de cumplir con las características atribuidas, de manera que, cobrar dos veces, o un valor superior al mencionado inicialmente, deriva en una defraudación de las expectativas de los consumidores. Lo mismo ocurre cuando se descuenta un valor por concepto de un servicio que no se ha solicitado.

En similar sentido, y tal y como se ha venido señalando, una vez se confirma el servicio y se efectúa el pago, el consumidor espera la entrega de los bienes que fueron objeto del "Rappifavor", por lo que la falta de esta, o la entrega equivocada o en mal estado, también se configura como una defraudación a sus expectativas, comoquiera que no cumple con las características inherentes al servicio mismo, lo cual resulta aún más reprochable si se tiene en cuenta que en varios de los casos señalados en la muestra se pudo evidenciar una preocupación de los usuarios ante la posibilidad de su pérdida de dichos bienes.

Lo mismo ocurre con la falta de aplicación de las promociones y de los pagos a través de "rappicréditos", toda vez que una vez la investigada informa al usuario a través de su plataforma que son aplicables, este toma su decisión de consumo teniendo en cuenta que va a tener un ofrecimiento en condiciones temporalmente más favorables o que puede pagar con los rappicréditos que tiene acumulados por lo que el hecho de que tal situación no se cumpla una vez adquirido el servicio, y pese a haber sido atribuida al mismo, se torna en una defraudación de sus expectativas.

Así las cosas, encuentra esta Dirección, a partir de las reclamaciones estudiadas, que el servicio prestado por la sociedad presentó deficiencias que vulneraron las expectativas de los consumidores frente a las características inherentes y atribuidas por lo que se configuró una trasgresión a lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011. En ese sentido, una vez analizados los medios probatorios se considera que el cargo está llamado a prosperar. No obstante, en aras de garantizar el derecho de defensa que le asiste a la investigada se procederá, a continuación, a traer a colación los argumentos expuestos en su escrito de descargos radicado con el número 19-198723-26 del 9 de junio de 2021 para efectos de su estudio:

"(...) Inexistencia del presunto incumplimiento del artículo 6 de la Ley 1480 en la prestación del servicio de Rappifavor:

(...) en el acto de cargos se echó de menos una descripción del servicio de Rappifavor y sus características inherentes o atribuidas, así como una explicación del aducido incumplimiento de las mismas. Cabe resaltar que todos estos elementos ausentes en la Resolución N° 82505 resultaban indispensables para formular en debida forma un cargo por violación al artículo 6 de la Ley 1480 de 2011. Por ende, con miras a demostrar la inexistencia del incumplimiento en mención, se describirá cada uno de los elementos que componen este servicio.

a) Descripción del servicio Rappifavor

El servicio Rappifavor, como su nombre lo indica, permite al Usuario de la Plataforma solicitar al Rappitendero que le ejecute un favor o mandato, por ejemplo: recoger un paquete en la dirección A y llevarlo a la dirección B o comprar un producto X y entregarlo en el lugar Y.

Teniendo en cuenta la descripción de este servicio, se puede deducir fácilmente que no todas las PQR expuestas en el Cuadro N° 1 de la Resolución N° 82505 se relacionan con la calidad del mismo. Así, las PQR que tienen como motivo 'No puedo ingresar a RappiPay', 'No veo mi Rappipay en el balance', '¿Qué debo hacer si mi cuenta está bloqueada?', 'Inconveniente con mi orden de expovinos', entre otras, se alejan del objeto y operación del servicio Rappifavor.

Por ende, es válido afirmar que en la Resolución N° 82505 se presenta una indebida identificación y agrupación de las PQR relacionadas con Rappifavor, lo cual, además de reflejar otra falencia en los fundamentos de la imputación, denota una falta de claridad con respecto al servicio mismo, y por ende una falta de concreción en torno al concepto de - 19 - 'calidad del servicio', en torno a qué entiende la Dirección sobre dicho concepto y, sobre todo frente a la acusación misma.

Al respecto nos corresponde aclarar que, si bien Rappi le suministró a la Autoridad la relación de PQR que se invocan en la investigación, estas fueron entregadas en el marco de un requerimiento genérico de información de parte de la SIC, en donde no todas las PQR tenían una relación con las características inherentes del servicio, ni mucho menos con aspectos acerca de la calidad esperada en el mismo.

b) Características inherentes o atribuidas al servicio Rappifavor

Como se mencionó con anterioridad, para establecer cuál es la calidad exigible a un producto o servicio, se deben identificar las características inherentes o atribuidas al mismo. Con respecto a estas últimas, la Superintendencia de Industria y Comercio ('SIC') ha determinado que son las que se encuentran en reglamentos técnicos o las que el productor o expendedor le informa al consumidor, así como aquellas ordinarias o habituales del mercado. En palabras de la SIC:

'Las condiciones de calidad, idoneidad y seguridad de un bien o servicio son las que se establezcan en los reglamentos técnicos. Cuando los productos no tengan reglamentos técnicos, las mismas corresponden a las que el productor o expendedor informen a los consumidores y a las exigencias ordinarias y habituales del mercado.'

En el caso concreto, no existe un reglamento técnico que exponga las características de un servicio igual o similar al Rappifavor. Por ende, para determinar sus características inherentes o atribuidas se deben tener en cuenta aquellas que Rappi les comunica a los Usuarios, así como las exigencias ordinarias y habituales del mercado.

Las características que Rappi le comunica a los Usuarios del Rappifavor se encuentran en los Términos y Condiciones (Específicos) Botones/Secciones Rappi que rigen su prestación, así como en el botón de 'Rappifavor' en la Plataforma. Según estos Términos y Condiciones, el Rappifavor consiste en un contacto entre el Usuario y el Rappitendero que Rappi facilita por medio de la Plataforma mediante el cual el Usuario puede realizar un encargo al Rappitendero, quien es libre de aceptarlo o no.

Concretamente, los Términos y Condiciones exponen, en su parte relevante, lo siguiente:

'Para todos los efectos, Rappi funge como una simple plataforma de contacto mediante la cual, el Usuario podrá solicitar a un Rappitendero, el servicio de favor, el cual se llevará a cabo por el mutuo acuerdo entre las partes. Rappi aclara que la relación será directamente entre el Usuario y el Rappitendero...'

'El Rappitendero se reserva el derecho de rechazar el encargo de transportar cualquier tipo de paquete o documento, dejándolo a su libre discreción y autonomía.'

Por otra parte, en cuanto a las exigencias ordinarias y habituales del mercado, estas son aquellas que se aducirían en cabeza de plataformas de contacto que presten un servicio similar al de Rappi. Dichas exigencias se limitan entonces a las relacionadas con el correcto funcionamiento de la Plataforma para permitir el contacto efectivo entre las partes del encargo más no a lo alusivo a la comercialización electrónica de los productos, lo cual se reserva a los productores, proveedores o comercializadores de estos.

En consecuencia, las características inherentes al servicio Rappifavor de Rappi sobre las cuales debería ser evaluada su calidad, deben recaer sobre el correcto funcionamiento de la plataforma para permitir el contacto efectivo entre el Rappitendero y el Usuario, así como el pago correspondiente derivado de la prestación del servicio. Esto se desprende particularmente de la información que Rappi da al respecto a los Usuarios en la Sección de Rappifavor de los Términos y Condiciones referenciados.

Es necesario resaltar que, contrario a lo que expone la Dirección, no todas las PQR expuestas en el Cuadro N° 1 darían cuenta de una falta de calidad en el servicio Rappifavor, puesto que no todas aluden a las características inherentes o atribuidas al mismo en los términos del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011. Si bien la relación de PQR sobre la que la Dirección fundamenta su cargo, aluden en su totalidad a la información que fue suministrada por Rappi, debemos aclarar que estas fueron entregadas en atención a un requerimiento genérico de información de parte de la Autoridad, lo cual no quiere decir que todas y cada una de estas PQR tengan relación directa con las características inherentes del servicio de Rappifavor ni de las condiciones de calidad que se esperan con su prestación.

Más aún, de realizarse un ejercicio juicioso del Cuadro N° 1 se llegaría a la conclusión de que no todas las PQR se relacionan con las características inherentes o atribuidas por Rappi al Rappifavor y, por ende, serían las únicas relevantes para evaluar una supuesta falta de calidad en el servicio. Adicionalmente, podría determinarse que esas PQRs fueron atendidas de forma satisfactoria por parte de Rappi y en este sentido, no resultan prueba de una violación del artículo 23 de la Ley 1480.

c) Inexistencia de una falta de cumplimiento en la calidad del servicio de Rappifavor

Como se mencionó anteriormente, el único supuesto fáctico usado por esta Dirección para aducir un incumplimiento del artículo 6 de la Ley 1480 de 2011 con respecto al servicio Rappifavor es la existencia de 330 PQR de parte de los Usuarios. Esto parece indicar que, para esta Dirección, la sola existencia de PQR ya es la prueba absoluta de una falta de calidad en el servicio y, por ende, de un incumplimiento de la norma. Sin embargo, tal consideración carece de sustento normativo y se aleja radicalmente de la realidad, por cuanto el solo hecho de que un consumidor o usuario formule una petición, haga una queja o un reclamo no quiere decir que el servicio sobre el que verás este instrumento ya, por ese hecho, carezca de calidad.

No existe disposición normativa ni jurisprudencial que le permita a la Dirección sostener que la existencia de PQR's sobre un servicio lleve, sin conclusión diferente, a que existen fallas en la calidad del mismo. En ninguno de sus artículos el Estatuto, ni en ley alguna, se establece que la existencia de PQR sea un indicio de incumplimiento legal.

Por el contrario, la existencia de PQR es una de las más puras manifestaciones del ejercicio de derechos de parte de los consumidores y del deber de proveedores y comercializadores de atenderlas, en virtud del cual, estos últimos deben disponer de canales eficientes para que los primeros puedan formularlas de forma sencilla y adecuada.

En consecuencia, castigar la existencia de PQR en sí misma carece de sustento jurídico y da muestra de una evidente falta de coherencia con lo dispuesto en la Ley 1480 de 2011 como sustento de los cargos imputados. Mal haría esta Dirección en crear un precedente según el cual, la sola existencia de PQR haga cuestionable de manera automática la calidad e idoneidad de sus servicios.

Ante este escenario vale la pena preguntarse qué incentivo tendrían los proveedores de bienes y servicios, no solo de disponer de canales de atención según lo exige la ley, sino de operar los mismos a través de la resolución de PQR.

Adicionalmente, la Resolución N° 82505 parece desconocer que las PQR, en cualquiera de sus formas, son una consecuencia inevitable del curso normal de una actividad comercial. Por ende, en caso de que éstas deseen tenerse como prueba para una falla de calidad en un producto o servicio, será necesario que dicha conclusión se desprenda de un análisis de cada uno de los casos que existen de fondo.

En el caso concreto, por ejemplo, llama la atención que esta Dirección solamente haya tomado como sustento de una violación del artículo 6 de la Ley 1480 de 2011 el número de PQR recibidos frente al servicio Rappifavor, y no haya hecho un ejercicio comparativo frente al número de pedidos culminados de forma satisfactoria o la opinión de los Usuarios al respecto.

Al respecto, debemos anotar que en el periodo comprendido entre el 1° de julio y el 10 de diciembre de 2019, se realizaron un total de 1.088.998 Rappifavores de forma satisfactoria, infortunadamente deteniéndose la Dirección en únicamente los casos que contuvieron las 330 PQR, de las que, vale la pena reiterar, no todas se relacionan con Rappifavor ni necesariamente son muestra de una falta de calidad en el servicio. Frente a este número de PQR, nuevamente debemos aclarar que no todas están relacionadas con las características inherentes al servicio de Rappifavor ni con las condiciones de calidad esperadas en el mismo. Adicionalmente, debemos destacar que la totalidad de las PQR mencionadas fueron resueltas de forma satisfactoria para los Usuarios.

En síntesis frente a las cifras, del total de Rappifavores hechos, solo un 0,0303% presentaron una PQR de parte de Usuarios, lo que otorga una calificación positiva acerca de la calidad del servicio, y da muestra de que la proporción de PQR sobre las que se basa la Dirección para

formular un cargo sobre una supuesta falla de calidad en el servicio es ínfima en comparación con el total de órdenes sobre las que no existe ningún tipo de requerimiento de parte del Usuario, sea petición, queja o reclamo. Además, la Dirección debe tener en cuenta que la totalidad de las PQR invocadas fueron solucionadas por Rappi en los términos de la Ley 1480 de 2011. Esto indica que no hay causa para imputar el cargo.

No puede pretender la Dirección que la sola existencia de comunicaciones de un consumidor acerca de un servicio, como por ejemplo una petición o hasta una felicitación, es sinónimo de falta de calidad en el mismo, dado que ello incentivaría entonces a que los proveedores de bienes y servicios ni siquiera atiendan las PQR que les llegan, porque ya con el solo hecho de que hubiesen existido serían merecedores de un reproche de la autoridad. En síntesis, la existencia de PQR no son prueba de falta de calidad en un servicio sino el ejercicio de derechos de parte de los consumidores de aquel.

Una interpretación de esta naturaleza asimilaría el concepto de 'calidad' a 'perfección' y esto haría inviable el desarrollo de actividades comerciales y el cumplimiento de la Ley 1480 de 2011 de forma concurrente.

Por ende, debe concluirse que en el caso concreto no se cumplen los supuestos normativos ni fácticos para declarar una violación del artículo 6 de la Ley 1480 de 2011 por presuntas fallas de calidad en el servicio Rappifavor. (...)"

En cuanto al argumento descrito en el literal a) denominado "*descripción del servicio rappifavor*", debe señalarse que contrario a lo que afirma el apoderado, en el acto administrativo de formulación de cargos se señalaron con precisión y claridad los hechos que dieron lugar a la presente investigación en lo que atañe a este sub cargo. Así pues, se estableció de manera expresa que la presunta vulneración a lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, se daría como consecuencia de la 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 equivocada incompleta o en mal estado del pedido, no aplicación de promociones ni de pagos con *Rappicréditos* y pérdida de los productos que se envían a través del *RAPPIFAVOR*. En ese sentido, si hubo una explicación del incumplimiento aducido que además se sustentó de manera preliminar en las peticiones, quejas y reclamos que ahora se analizan.

Así mismo, debe aclararse que no correspondía a esta Dirección realizar un estudio descriptivo del servicio de Rappifavor, comoquiera que fue precisamente con fundamento en la información allegada por el sujeto pasivo mediante el número de radicado 20-16890-2 del 11 de febrero de 2020, en la que se especificaban las características del mismo, que se logró evidenciar de manera preliminar, la existencia de un posible incumplimiento a las normas que regulan la calidad de los bienes y servicios.

Por otra parte, esta dirección discrepa de lo afirmado por el apoderado de la sociedad al indicar que hubo una indebida identificación y agrupación de las peticiones, quejas y reclamos en la medida en que no todas se relacionaban con la calidad del servicio de rappifavor, pues el cuadro mencionado corresponde a un resumen de la totalidad de PQRS allegadas por la investigada, y no pretende de ninguna manera señalar que todas las circunstancias allí mencionadas configurarían una falla en la calidad del servicio.

Por el contrario, de las situaciones enlistadas en dicha tabla allí se extrajeron las que si se podrían constituir como una infracción a lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, a saber, 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 equivocada incompleta o en mal estado del pedido, no aplicación de promociones ni de pagos con *Rappicréditos* y pérdida de los productos que se envían a través del *RAPPIFAVOR*, las cuales fueron señaladas de manera expresa. Así mismo resulta pertinente indicar que solo tales circunstancias fueron tenidas en cuenta para abordar el análisis de fondo de la presente sub imputación.

En ese orden de ideas, el argumento de la investigada no puede ser de recibo para este Despacho, en la medida en que los hechos mencionados y constatados a través de las peticiones, quejas y reclamos evidenciaron una trasgresión a lo establecido en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011.

Por otra parte, en lo que atañe a los argumentos traídos a colación por la investigada en el literal b), es menester reiterar lo expuesto en el acápite 27.1.2. del presente acto administrativo, en el sentido de indicar que la calidad de un bien o servicio, se analiza desde 3 perspectivas: i) normatividad que regula la calidad específica de un producto; ii) la información que suministró el productor y/o proveedor respecto del producto y iii) las características inherentes del bien o servicio de que se trata, estas últimas, entendidas como las propias del servicio, es decir aquellas obvias que el consumidor espera que se cumplan por parte del productor y/o proveedor dentro de la relación de consumo.

En ese orden de ideas, para determinar si existe o no una falla en la calidad del servicio prestado no basta con analizar únicamente la información que el productor o proveedor del mismo comunica a los usuarios a través de los términos y condiciones, sino las características que son propias del servicio en sí mismo.

Ahora bien, observa esta Dirección, por la forma en que fueron expuestos los argumentos, que la investigada pretende limitar la interpretación de la calidad del servicio de "rappifavor" a dicha información, con el fin de asegurar que solo le son exigibles las responsabilidades propias de un portal de contacto y no las de una plataforma de comercio electrónico. No obstante, al estudiar las condiciones sustanciales del modelo de negocio resulta evidente que las actividades desplegadas por el sujeto pasivo no se limitan al mero contacto entre un proveedor y un consumidor, sino que existen elementos que la ubican en el contexto de proveedor de productos a través de su plataforma de comercio electrónico, los cuales fueron mencionados en el numeral 27.1.2. de la presente resolución y que son la existencia de un sistema tarifario de ingresos para el sujeto pasivo, la existencia de una plataforma de pago propia a través de la cual se perfecciona la relación de consumo, publicidad propia, canales de atención al cliente para el servicio posventa, entre otros.

Así mismo, es claro que la investigada tiene a su cargo la efectiva distribución y entrega de los bienes objeto del "rappifavor", en tanto que los consumidores le pagan un valor económico con el fin de adquirir el servicio que es prestado únicamente a través de sus *rappitenderos*, figura respecto de la cual la investigada tiene, de conformidad con lo estudiado igualmente en el numeral 27.1.2., injerencia directa en el manejo para el perfeccionamiento de las relaciones de consumo.

Así las cosas, no puede el sujeto pasivo pretender desligarse de las exigencias sobre la calidad de su servicio aduciendo que en los términos y condiciones obra la indicación de que funge como simple portal de contacto, cuando se encuentra demostrado que en la realidad ejecuta actividades de comercio electrónico. Por consiguiente, debe aclararse, que las exigencias ordinarias y habituales del mercado frente al servicio no se limitarían al correcto funcionamiento como plataforma de contacto, sino a las propias de proveedor de productos a través de su plataforma de comercio electrónico, pues ciertamente en la prestación del "Rappifavor", media una verdadera relación de consumo con la investigada.

Bajo ese punto de vista, la entrega efectiva y en adecuadas condiciones de los bienes objeto del "Rappifavor" hacen parte de las características inherentes del servicio, por lo que el proveedor del mismo tiene la obligación legal de cumplirlas so pena de que se configure una infracción normativa y haya lugar a la imposición de una sanción administrativa.

En la misma línea, no puede perderse de vista que la afirmación según la cual "Para todos los efectos, Rappi funge como una simple plataforma de contacto(...)", no es la única información que proporciona la investigada frente al "Rappifavor" pues, por el contrario, en su calidad de proveedor del servicio, atribuye a través de su plataforma diversas particularidades al mismo, tales como lo relacionado con el costo, la posibilidad de realizar cancelación gratuita, la aplicación de cupones o promociones, la posibilidad de pago con rappicréditos, entre otras, que no fueron cumplidas según se pudo determinar en el análisis de la Tabla N°3.

En ese sentido, no resulta de recibo el argumento esbozado por el apoderado, toda vez que omite la existencia de elementos que ciertamente son inherentes al servicio y a la relación misma de consumo, así como otros que son informados a los consumidores a través de la aplicación que dispone para las transacciones comerciales.

En lo que atañe a la afirmación según la cual *"no todas las PQR expuestas en el Cuadro N° 1 darían cuenta de una falta de calidad en el servicio Rappifavor"*, debe reiterarse lo señalado con respecto al argumento del literal a) denominado *"Descripción del servicio Rappifavor"* de su escrito de descargos en cuanto a que el pliego de cargos en ningún momento indicó que la totalidad de reclamaciones allí contenidas configuraban fallas en la calidad del servicio, sino que del resumen de éstas se extrajo aquellas que posiblemente evidenciaban discrepancias entre las características inherentes y atribuidas a éste, y la realidad.

En lo que corresponde a la atención satisfactoria de las peticiones, quejas y reclamos, esta Dirección debe poner de presente que tal circunstancia no genera que se presente un hecho superado, toda vez que dicha figura no tiene aplicación en los procedimientos administrativos sancionatorios, comoquiera que lo que se busca es salvaguardar el interés general y abstracto de los consumidores y, por ende, sancionar a todos aquellos que desobedezcan los mandatos consagrados en la ley (en sentido amplio). De esta forma resulta verosímil que la acción que adelanta esta Superintendencia no pierda su objeto cuando el hecho reprochable es superado, siempre que se demuestre la existencia de una conducta infractora, ya sea por acción u omisión, y la responsabilidad del sujeto pasivo de la actuación.

De otro lado, respecto a los argumentos esgrimidos en el literal c), debe señalarse que, contrario a lo que afirma la investigada, no es la mera existencia de peticiones, quejas y reclamos la que determina si hay lugar o no a una responsabilidad administrativa. Sin embargo, se trata de medios probatorios que, en el desarrollo del análisis preliminar del pliego de cargos, dieron cuenta de hechos que posiblemente configurarían una vulneración a lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011.

En ese orden de ideas, debe ponerse de presente que es en esta etapa del proceso donde se realiza el estudio de fondo de dichos elementos probatorios. De allí que en la tabla N°3 del presente acto administrativo, esta Dirección haya planteado sus observaciones con respecto a cada una de las reclamaciones de la muestra, en aras de determinar si en efecto se presentaron esos hechos trasgresores de la norma que se habían vislumbrado preliminarmente.

En otras palabras, no es cierto como lo pretende hacer ver el sujeto pasivo, que la sola existencia de reclamaciones lleve ineludiblemente a la conclusión de la existencia de fallas en el servicio, sino que algunos de los hechos allí planteados dan cuenta de infracciones normativas, particularmente en los casos en los que la investigada accedió favorablemente, pues tal circunstancia permite evidenciar que la inconformidad del consumidor no era infundada.

Así pues, no se trata de desincentivar el uso de las peticiones, quejas y reclamos, y su posterior resolución por parte de las compañías pues, se reitera, no es la sola existencia de estas la que determina la responsabilidad, sino que estas se constituyen en elementos probatorios que permiten a esta Dirección dar cuenta de determinados hechos infractores de la normativa de protección al consumidor.

En la misma línea, y contrario a lo que afirma el sujeto pasivo, no es cierto que la decisión sobre la presente actuación administrativa deba ir precedida de un análisis comparativo o porcentual entre el número de reclamaciones y los pedidos culminados satisfactoriamente pues es la prueba de la trasgresión normativa y el daño o la potencialidad de este frente a un universo de consumidores lo que da lugar a la responsabilidad del vigilado. En otras palabras, el aspecto que esta Autoridad debe valorar es si la investigada cumplió o no con lo previsto en la normatividad, tal y como se mencionó en el numeral 27.1.1. de la presente resolución.

De esta manera, el hecho de que el número de peticiones, quejas y reclamos corresponda a un determinado porcentaje, no desdibuja el incumplimiento que sobre las normas de protección al consumidor se haya podido generar, pues estas cifras no resultan determinantes de cara a la infracción, teniendo en cuenta que basta con la trasgresión a dichas disposiciones para que esta Dirección pueda desplegar sus facultades administrativas a efectos de determinar si hay responsabilidad por parte del sujeto pasivo. Es tan así, que precisamente la Ley 1480 de 2011 y demás normas concordantes, no establecen un número determinado de peticiones, quejas y/o reclamos, para efectos de comprobar la relevancia de la infracción.

Así, para el despacho es claro que en investigaciones como esta, para la toma de una decisión es suficiente, lo cual se recalca, evaluar si la investigada cumplió con las obligaciones establecidas en el régimen de protección al consumidor y si está a salvo la protección del interés general; por tal motivo, en este tipo de actuaciones no es necesario establecer el daño particular y la actuación de la administración no está condicionada a la queja de un consumidor.

En consecuencia, es menester indicar que los argumentos esbozados por la investigada, carecen de sustento y aun cuando ésta los probara en esta actuación administrativa, lo cierto es que, los mismos no tienen la virtualidad de relevarla del juicio de reproche que aquí se estudia, toda vez que como ya se expuso, el régimen de responsabilidad en materia del derecho de consumo, es de carácter objetivo y por ello, lo que aquí se analiza es si ésta cumplió o no la norma, por lo que las consideraciones respecto de su actuar sin buscar un daño, no tienen incidencia dentro de este trámite, ni dichas explicaciones se erigen como eximentes de responsabilidad.

En ese orden de ideas, una vez analizados los medios probatorios, en contraste con los argumentos esgrimidos por el sujeto pasivo y, así mismo, teniendo en cuenta que éste no alegó ni probó causa extraña que justificara su actuar, este Despacho encuentra demostrada la infracción a lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, en la medida en que las expectativas de los consumidores resultaron defraudadas por el comportamiento de la investigada con relación a la falta de entrega o entrega en mal estado de los bienes objeto del servicio de *rappifavor*, la cancelación del mismo, inconvenientes con el cobro, y la falta de aplicación de promociones y pagos con *rappicréditos*. Situaciones que evidenciaron una discrepancia entre las características inherentes y atribuidas al servicio y la realidad de lo ofrecido. En consecuencia, la presente imputación fáctica está llamada a prosperar en lo que respecta a este sub cargo.

27.3.2.2. Sobre las fallas en la calidad del servicio relacionadas con cancelaciones, no entrega, entrega incompleta o en mal estado, entrega de un producto diferente al solicitado e inconvenientes con el cobro de los pedidos:

Frente al particular, se encontró mérito para formular pliego de cargos en contra de **RAPPI S.A.S.**, en tanto que se pudo establecer de manera preliminar, a partir de la relación de peticiones, quejas y reclamos aportada por el sujeto pasivo con el número de radicado 19-198723-9 del 22 de enero de 2020,



Así las cosas, esta Dirección considera oportuno traer a colación los medios probatorios que sirvieron de sustento al presente sub-cargo, a efectos de realizar el análisis que corresponde:

Tabla N°4. Muestra de peticiones, quejas y reclamos frente a la calidad del servicio en relación con la venta de productos a través de la plataforma Rappi (Rad. 19-198723-9)

FECHA DE RADICACIÓN	NOMBRE DEL CONSUMIDOR	MOTIVO QUEJA	DETALLE DE LA SOLICITUD DEL USUARIO	TRAMITE	OBSERVACIONES DE LA DIRECCIÓN
					

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

INFORMACIÓN
RESERVADA

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

Del análisis establecido en precedencia, encuentra esta Dirección que, en efecto, se presentaron múltiples incumplimientos por parte de la investigada en la prestación del servicio en relación con los pedidos solicitados por los consumidores, que hicieron que tuviera que acceder favorablemente varias de sus reclamaciones.

Así pues, a partir de la muestra se pudo determinar que los usuarios tuvieron problemas con la cancelación del servicio en la medida en que el sujeto pasivo optó por cancelar el pedido siendo que el mismo ya había sido confirmado y que dicha circunstancia había sido indicada a los consumidores a través de la plataforma de comercio electrónico. Así se evidencia, a modo de ilustración, en las quejas presentadas por los señores

[REDACTED]

Igualmente, se pudo advertir que en varios de los casos que la investigada no realizó la entrega efectiva de los pedidos solicitados a través de su aplicación, verbigracia lo ocurrido con los señores. Incluso, se pudo evidenciar que algunos de los rappitenderos dieron por finalizado el pedido sin entregar lo requerido. Ejemplo de tales hechos son los casos de los señores

En similar sentido, de la muestra se pudo evidenciar que en algunos eventos, aún cuando se realizó la entrega efectiva en la dirección solicitada por el consumidor, la misma se dio de manera incompleta; como ocurrió por ejemplo en los casos de los señores

; o con los productos en mal estado, como se pudo observar a partir de las reclamaciones de los señores

entre otros.

Así mismo, se pudo observar que en múltiples ocasiones se entregaron bienes distintos a los realmente solicitados por los consumidores, ya sea en marca, en tamaño o en producto, tal y como se reflejó en las quejas formuladas por los señores

entre otros.

En la misma línea, en algunos de los casos señalados en la muestra, se presentaron inconvenientes con el cobro realizado por el sujeto pasivo, los cuales obedecieron a circunstancias como un cobro adicional al valor inicialmente informado en la plataforma, como ocurrió, por ejemplo, en los casos de los señores

; un cobro superior al señalado en razón a que no se devolvió el cambio completo, tal y como se evidenció en las reclamaciones de los señores; y doble cobro a través de medios de pago distintos, como se pudo observar, a modo de ilustración, en las quejas de los señores

En ese orden de ideas, del contenido de la muestra traída a colación en la tabla N°4 del presente acto administrativo, se puede advertir que en lo que atañe a los pedidos efectuados por los consumidores, la investigada también incurrió en fallas en la calidad del servicio, toda vez que las expectativas de aquellos se vieron defraudadas como consecuencia de la discrepancia entre las características inherentes y las atribuidas por la investigada al servicio; situación que hizo que éste se tornara deficiente.

Lo anterior encuentra sustento en que, una vez es confirmado el pedido a través de la aplicación, lo que esperaríamos un consumidor promedio es que éste le sea efectivamente entregado, pues tal y como se indicó en el acápite 27.3.1., esta condición es inherente a la relación de consumo. De esta forma, resulta reprochable el hecho de que el sujeto pasivo opte por cancelar los pedidos pese a haber informado de su aceptación, comoquiera que tal situación conlleva a que los consumidores estén predispuestos a creer que se les prestará el servicio pues, en caso contrario, acudirían a otra empresa para satisfacer sus necesidades.

De igual forma, es cuestionable que, aun cuando la investigada no cancele el pedido, omita la entrega del mismo, en aquellos eventos en los que este ya había informado que este se encontraba aceptado y confirmado, toda vez que impide que el usuario pueda emplear los bienes objeto del negocio jurídico para satisfacer sus necesidades de consumo y, por el contrario, hace que sus expectativas se vean frustradas al no recibir lo solicitado. Situación que resulta aún más reprochable si se tiene en cuenta que gran parte de los casos los consumidores optan por realizar el pago de manera electrónica, previo a la supuesta entrega del pedido.

Lo mismo ocurre cuando a pesar de que se realiza la entrega del pedido, esta se hace de manera parcial o en mal estado o con productos diferentes, toda vez que dicha circunstancia ciertamente defrauda las expectativas del consumidor en tanto que una vez adquiridos los bienes en virtud de la compraventa celebrada con la investigada, resulta lógico para éste esperar que llegue de manera completa lo que pidió y pagó y, por supuesto, en condiciones óptimas para satisfacer las necesidades que dieron lugar a la realización del negocio jurídico. No puede perderse de vista que corresponde a la investigada adoptar todas las medidas necesarias a fin de que los pedidos lleguen a los compradores tal y como fueron solicitados, en la medida en que, se reitera, es el sujeto pasivo el llamado a comprometer su actividad en el comercio.

En similar sentido, en lo que atañe a los inconvenientes por el cobro, debe ponerse de presente que una vez la investigada informa a través de su plataforma el valor del servicio, este debe ser cobrado tal y como fue señalado en aras de cumplir con las características atribuidas, de manera que, cobrar dos veces, o un valor superior al mencionado inicialmente, u omitir el cambio total deriva en una defraudación de las expectativas de los usuarios de la plataforma, toda vez que modifica el precio inicialmente informado, el cual resulta relevante en aras de adoptar la decisión de consumo.

De esta manera, una vez estudiada la muestra contenida en la tabla N°4, es evidente para este Despacho que el sujeto pasivo presentó deficiencias en la prestación del servicio posventa que vulneraron las expectativas de los consumidores frente a las características inherentes y atribuidas al mismo por lo que probatoriamente se encuentra demostrada la infracción a lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011.

En este punto cabe precisar que el apoderado del sujeto pasivo se pronunció, a través de escrito de descargos radicado con el número 19-198723-26 del 9 de junio de 2021, de manera conjunta frente a este sub cargo, esto es, el referente a las *"cancelaciones por parte de RAPPI S.A.S. 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 tras la venta de productos a través de su plataforma de comercio electrónico"*, advertidas en el radicado número 19-198723-9 del 22 de enero de 2020; y frente al sub cargo que se estudiará en el acápite siguiente, esto es, el relacionado con las *"demoras en los tiempos de entrega"* evidenciadas en el número de radicado 20-66537-5 del 8 de abril de 2020.

En ese orden de ideas, y en aplicación del principio de economía procesal, este Despacho procederá a estudiar igualmente de manera conjunta las afirmaciones esgrimidas por la investigada en el acápite inmediatamente posterior, es decir, una vez agotado el análisis probatorio tanto de este sub cargo como del siguiente.

27.3.2.3. Sobre las demoras en los tiempos de entrega de los pedidos:

Al respecto, esta Dirección inició investigación administrativa en contra de la sociedad al evidenciar, una vez revisada la relación de peticiones, quejas y reclamos allegada por esta a través del número de radicado 20-66537-5 del 8 de abril de 2020, que durante el periodo comprendido entre el 1 y el 10 de marzo de 2020 fueron presentadas aproximadamente trescientas cincuenta y un (351) reclamaciones por demora en la entrega de los pedidos realizados mediante la plataforma de comercio electrónico RAPPI.

Así las cosas, esta Dirección considera oportuno traer a colación los medios probatorios que sirvieron de sustento al presente sub-cargo, a efectos de realizar el análisis que corresponde:

Tabla N°5. Muestra de peticiones, quejas y reclamos frente a la calidad del servicio en relación la demora en los tiempos de entrega (Rad. 20-66537-5)

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

INFORMACIÓN
RESERVADA

INFORMACIÓN
RESERVADA

INFORMACIÓN
RESERVADA

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

INFORMACIÓN
RESERVADA

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

De lo anterior debe señalarse, en primer lugar, que algunas de las peticiones, quejas y reclamos traídas a colación en el pliego de cargos resultan impertinentes en la medida en que no permitieron demostrar la relación entre los hechos y la norma objeto de estudio, toda vez que tuvieron por objeto una situación distinta a la relacionada con los tiempos de entrega.

Con todo, a partir de la muestra se logró evidenciar que en efecto hubo un incumplimiento por parte del sujeto pasivo con relación a los tiempos de entrega inicialmente informados en su plataforma de comercio electrónico, presentando retrasos incluso de casi tres horas con relación al plazo previsto. Así se advirtió, a modo de ejemplo, en las reclamaciones de los señores

[REDACTED]

En la misma línea, se encontró que en algunos de los casos el término señalado se incrementó hasta el doble o el triple en comparación con el informado en el momento de la confirmación del pedido, como se pudo constatar en las quejas presentadas por los señores [REDACTED]

De igual manera, se pudo verificar que en varios eventos aun cuando la investigada inicialmente estableció un plazo específico, con el transcurrir del mismo, modificó constantemente el tiempo de entrega, de forma que cada vez se hacía mayor en relación con el inicial, circunstancia que se refleja, a modo de ilustración, en la petición formulada por la señora [REDACTED], en donde se informó inicialmente como hora de entrega las 2:40 pm y se fue aumentando el tiempo hasta llegar a las 3:01 pm.

Así mismo, aun cuando en algunas de las reclamaciones no se pudo determinar con certeza el plazo de entrega señalado a través de la aplicación, lo cierto es que se pudo verificar que trascurrieron tiempos de hasta casi 4 horas después de realizados los pedidos de alimentos cocinados, y más de 24 horas para pedidos de productos de la canasta familiar, lo cual claramente configura un retraso por parte del sujeto pasivo. Circunstancia que se logró observar en los casos de los señores

Aunado a lo anterior debe ponerse de presente que si bien en varios de los casos no se pudo establecer las razones del incumplimiento, en otros tantos se pudo verificar que obedeció a demoras en los registros del pedido, demoras en la asignación de *Rappitenderos* por parte de la sociedad, múltiples pedidos en cabeza de un solo *rappitendero*, cambios de *rappitendero*, órdenes declaradas como entregadas pero sin entregar, entre otras, tal y como sucedió, a modo de ejemplo, en las quejas presentadas por los señores

Así las cosas, encuentra esta Dirección que en efecto se presentó una falla en la calidad del servicio posventa toda vez que, como se indicó previamente, la misma hace referencia no solo a la condición en la que el bien o servicio ofrecido cumple con las características que le son inherentes, o las que señala la norma, sino las que son atribuidas por el productor o proveedor a través de la información que suministra al consumidor, en este caso relacionadas con los tiempos de entrega que son indicados en la aplicación cada vez que se confirma un pedido.

En ese sentido, advierte este Despacho que aunque se registraron tiempos de entrega acordados con el consumidor, los mismos no fueron respetados por el sujeto pasivo pues fueron sobrepasados, por lo que se logró demostrar la existencia de una defraudación de las expectativas de quienes adquirieron bienes con la investigada, al punto que tuvieron que acudir a los canales de atención para obtener respuesta ante la inconformidad por el incumplimiento en los tiempos pactados.

Sobre este aspecto es oportuno precisar que es el sujeto pasivo de la presente investigación administrativa el llamado a dirigir, actuar y comprometer su actividad en el comercio, en tanto los actos que éste ejecuta o deja de desarrollar producen un impacto directo en su esfera jurídica por lo que es este el responsable de adoptar e implementar todas las medidas técnicas y protocolos logísticos para garantizar el cumplimiento, la distribución y entrega efectiva de los pedidos, máxime si se tiene en cuenta que, como se indicó en la consideración 27.1.2. del presente acto administrativo, actúa como proveedor de bienes y servicios a través de plataforma de comercio electrónico y no como mero portal de contacto.

En consecuencia, encuentra este Despacho que pese a que es deber de la investigada ejercer todos los actos tendientes a cumplir con los tiempos de entrega que promete, para el caso concreto no los realizó, por lo que la situación devino en múltiples inconformidades de quienes adquirieron algún producto, con ocasión de la demora evidenciada la cual se traduce en una afectación al contenido del artículo 6 del Estatuto del Consumidor, de manera que el presente sub cargo, por lo menos en lo que atañe a la parte probatoria, se encuentra llamado a prosperar. Sin embargo, en aras de garantizar el derecho de defensa que le asiste a la investigada se procederá, a continuación, a abordar los argumentos expuestos en su escrito de descargos radicado con el número 19-198723-26 del 9 de junio de 2021, para efectos de su análisis. Esto, teniendo en cuenta que tal y como se indicó en el acápite inmediatamente anterior, las afirmaciones planteadas por el apoderado se realizaron de manera conjunta en lo que respecta a este sub cargo y al anterior por lo que, así mismo, se abordarán de forma simultánea:

"(...) "Inexistencia del presunto incumplimiento del artículo 6 de la Ley 1480 con respecto al Encargo de productos ante Aliados Comerciales":

"(...) Similar a lo que ocurre con el servicio Rappifavor, esta Dirección aduce un presunto incumplimiento del artículo 6 debido a: (i) la existencia de 55.965 PQR que, según la entidad, con '...la venta de productos a través de la plataforma de comercio electrónico RAPPI' en el periodo comprendido entre el 1° de enero y el 24 de diciembre de 2019, y (ii) la existencia de

'...trescientas cincuenta y un (351) peticiones, quejas y reclamos de consumidores, por demoras en la entrega de los pedidos realizados a través de su plataforma de comercio electrónico, RAPPI...' entre el 1° y 10 de marzo de 2020.

Frente a la imputación, es menester aclarar que, como se mencionó con anterioridad, Rappi no es una plataforma de comercio electrónico sino un portal de contacto. Esta Dirección, nuevamente, parece imponer a Rappi un modelo de negocio que no le corresponde y que vulnera su derecho a la libertad de empresa, consagrado en el artículo 333 de la Constitución.

La imposición del modelo de negocio de Rappi resulta no solamente en una vulneración a su derecho de libertad de empresa, sino también al debido proceso. La imposición de características que no corresponden al modelo de negocio de Rappi generan una indebida imputación del cargo en mención, pues esta Dirección no identifica de forma correcta el servicio sobre el cual se reputa una supuesta falta en su calidad. Todo lo anterior, necesario para formular una imputación adecuada por un presunto incumplimiento del artículo 6 de la Ley 1480 de 2011.

a) Indebida descripción del servicio de Encargo para adquirir productos de Aliados Comerciales

La Resolución N° 82505 se refiere al servicio ofrecido por Rappi como una 'venta de Productos'. Es preciso manifestar que se echa de menos una explicación o referencia sobre lo que esta Dirección considera como 'venta de productos', siendo el servicio un elemento esencial para que un cargo relacionado con el artículo 6 del Estatuto tenga objeto. A pesar de lo anterior, las alusiones a 'entrega incompleta', 'entrega en mal estado' y 'entrega de un producto diferente al solicitado' indican que esta Dirección entiende como equivalentes el servicio ofrecido por Rappi con aquel ofrecido por sus Aliados Comerciales, productores y comercializadores de los bienes que se ofrecen a través de la plataforma.

Contrario a lo que indica esta Dirección, el servicio de Rappi no es igual a aquel ofrecido por sus Aliados Comerciales. La mayor diferencia entre ellos radica en que Rappi no produce y tampoco vende los productos que se ofrecen en su Plataforma. Por ende, tampoco verifica sus ingredientes, tiempo de cocción, cantidad ni mucho menos su calidad, pues como portal de contacto, no le corresponde asumir dichas obligaciones. Como se ha manifestado en numerosas ocasiones a la SIC, Rappi actúa como un portal de contacto entre los Usuarios, los Rappitenderos y los Aliados Comerciales, permitiendo que los primeros adquieran los productos de los últimos, por medio de los Rappitenderos, mandatarios cuyo servicio se presta directamente a los Usuarios, sin que Rappi tenga incidencia ni inherencia mayor a generar el contacto para que el Rappitendero, gestione las órdenes.

En consecuencia, el servicio ofrecido por Rappi es poner en contacto a los tres sujetos mencionados con el fin de que se materialice un encargo entre los Usuarios y el Rappitendero, para adquirir los productos de los Aliados Comerciales.

b) Características inherentes o atribuidas al Encargo para adquirir productos de Aliados Comerciales

Teniendo en cuenta que esta Dirección no definió las características inherentes o atribuidas al Encargo para adquirir productos de Aliados Comerciales, se procederá a suplir dicho ejercicio con el fin de demostrar la ausencia de materialización de la imputación fáctica N° 1 frente a aquel.

En la actualidad, no existe un reglamento técnico que determine las características del servicio de Encargo prestado por Rappi para adquirir productos ante Aliados Comerciales. Por ende, para determinar sus características inherentes o atribuidas se deben tener en cuenta aquellas que Rappi le comunica a los Usuarios, así como las exigencias ordinarias y habituales del mercado.

Rappi le comunica a sus Usuarios las características del servicio en mención a través de los Términos y Condiciones de Uso de Plataforma Rappi. En este documento, Rappi expone claramente que la Plataforma sirve como un portal de contacto a través del cual: (i) se exhiben diferentes productos y servicios de consumo de forma publicitaria para que puedan servir de referencia a los Usuarios, (ii) se facilita el encuentro entre Usuarios y Rappitenderos para el perfeccionamiento del vínculo contractual a través de un mandato, (iii) se permite el uso de la

plataforma de pagos, y (iv) se envían comunicaciones entre los Usuarios y los Rappitenderos. Concretamente, el documento expone lo siguiente:

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

El Operador a través de la Plataforma realiza las siguientes acciones: i) exhibe diferentes productos y servicios de consumo de forma publicitaria para que puedan servir de referencia a los Consumidores, ii) facilita el encuentro entre Consumidores y Mandatario para la realización del vínculo contractual, iii) permite el uso de la plataforma de pagos iv) sirve de medio de envío de comunicaciones entre los Consumidores y los Mandatarios.

(...)

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

Con base en la descripción expuesta, puede concluirse que las características inherentes o atribuidas al Encargo para adquirir productos de Aliados Comerciales son aquellas relacionadas estrictamente con el funcionamiento eficiente y efectivo de la Plataforma para facilitar el contacto entre los Usuarios, el Rappitendero y los Aliados Comerciales, y permitir el uso de la plataforma de pagos.

Las características anteriores se adecúan a las que son exigidas ordinariamente por el mercado, pues mal podría decirse que éste pone en cabeza de los productores de algún bien o servicio las mismas expectativas u obligaciones de aquel que sirve como punto de contacto y los exhibe.

Es importante mencionar que las exigencias de los Usuarios de la Plataforma mencionan en las PQR, por ejemplo, lo siguiente presente en la comunicación con radicado 20-66537-1:

'Hola, mi último pedido estuvo muy mal por parte del restaurante pues se demoraron un aproximado de hora y media elaborando el pedido, haciéndome esperar a mí y por supuesto al chico de rappi.' (Negrilla fuera de texto).

'Hola, ¿cómo está? El restaurante se demoró mucho en entregar el pedido. Pedí un sancocho de morrillo y no tenía morrillo sino costillas, fuera de eso la salsa de agraz de los palitos de mozzarella estaba empezando a vinagar. ¡Muchas gracias!' (Negrilla fuera de texto).

'Buenas tardes, tengo una queja enorme hacia el restaurante, el cual ofrece entregar el pedido en 40 min y tardó 3 horas y media. Tengo claro que el tema no tiene que ver con el domiciliario, pues tan pronto entregaron el pedido, tarda muy poco en entregarlo.' (Resaltado fuera de texto).

Lo anterior es muestra de que los Usuarios, los consumidores racionales, expresamente reconocen que la calidad de los productos o la demora en su preparación no está en cabeza de Rappi, ni es responsabilidad de la Compañía sino de los Aliados Comerciales. Esto es plena prueba de que el entendimiento del Usuario y de la Dirección es distinto y, lo más importante, que el Usuario entiende con claridad que estos aspectos NO son características inherentes o atribuidas al Encargo para adquirir productos de Aliados Comerciales, sino que se reputan del producto mismo, ofrecido y vendido por los Aliados Comerciales. Cabe afirmar, entonces, que no existe sustento para que esta Dirección considere lo contrario.

c) Inexistencia de una falta de cumplimiento en la calidad del encargo para adquirir productos de Aliados Comerciales

Como se mencionó anteriormente, el único sustento presentado en la Resolución N° 82505 para aducir una violación del artículo 6 del Estatuto es un conjunto de PQR recibidas y atendidas por Rappi en los periodos comprendidos entre el 1° de enero y el 24 de diciembre de 2019, y el 1° y 10 de marzo de 2020.

Frente al grupo de 55.965 PQR (enero a diciembre de 2019) y al de 351 (1° al 10 de marzo de 2020) es importante nuevamente indicar que, contrario a lo que expone la Dirección, no todas se relacionan con las características inherentes o atribuidas al encargo para adquirir productos de Aliados Comerciales y, por ende, no sirven como sustento para argumentar fallas en su calidad.

Adicionalmente, llama la atención que esta Dirección exponga en la Resolución N° 82505 que la totalidad de dichas PQR se refieren a demoras en la entrega de los productos, cuando hay varias de ellas que se limitan al estado de los mismos o que incluso mencionan, de forma explícita, que no están dirigidas contra el servicio prestado por Rappi. Como ejemplo, se tienen las siguientes:

'Buenos días, pedí pancakes de avena y me llegó la mitad de la porción, sin miel y quemado.'

'El repartidor fue muy amable, pero el restaurante se demoró casi 1:30 en despachar el pedido. Que mal servicio de domicilios.'

'Hola, mi último pedido estuvo muy mal por parte del restaurante pues se demoraron un aproximado de hora y media elaborando el pedido, haciéndome esperar a mí y por supuesto al chico de rappi.'

'Mi pedido se demoró más de una hora en llegar y a mi rappitendero estuvo una hora esperando. Es un abuso contra el tiempo de mi rappitendero y un incumplimiento a uno como cliente. Cambiaron la hora de entrega unas 4 veces al menos... pésimo servicio de establecimiento de comercio.'

'Solo llevo una de oreo y habíamos pedidos 2 más 1 choco fiesta más de chocolate.'

'65 minutos y la comida muy cruda muy mal preparada.'

'El restaurante Kamaos es muy demorado para despachar los servicios. A ustedes Rappi gracias.'

'El pedido tardó el doble del tiempo, destaco que después de la queja, fue inmediato la asignación y el tiempo de entrega, pero el restaurante malo, el Sushi no sabía a nada, jamás había visto que un sushi no tuviera sabor, mala calidad y el de ojo de tigre no era.'

Lo anterior, naturalmente hace insostenible la imputación fáctica N° 1, pues además de carecer de un objeto definido y claro, no encuentra sustento en las pruebas mencionadas en la Resolución N° 82505.

Finalmente, es importante resaltar nuevamente que la sola existencia de PQR no es indicativo ni mucho menos constituye per se una falla en la calidad de un servicio. Tal como ocurre con el servicio de Rappifavor, esta Dirección no valoró el número total de Encargos para adquirir productos de Aliados Comerciales que se dieron de forma satisfactoria, ni lo contrastó con el número de PQR presentadas, si es que con la sola existencia de estas ya busca desprender un incumplimiento normativo.

En consecuencia, y con el fin de ilustrar que las PQR no dan cuenta de un incumplimiento del artículo 6 de la Ley 1480, nos permitimos poner de presente que en el periodo comprendido entre el 2° de enero y el 24 de diciembre de 2019 se llevaron a cabo un total 64.402.262 encargos para adquirir productos de Aliados Comerciales de forma satisfactoria, y entre el 1° y el 10 de marzo de 2020, un total de 3.104.626 igual de satisfactorios.

Esto quiere decir que del total de pedidos entregados entre el 2° de enero y el 24 de diciembre de 2019, solo una proporción de aproximadamente el 0,087% presentaron la formulación de una PQR, y del total de pedidos entre 1° y el 10 de marzo de 2020, solo una proporción de aproximadamente el 0,01% presentaron una PQR. En consecuencia, contrario a lo que expone la Dirección, el número de PQR recibido no da cuenta de una falla en el servicio, simplemente refleja la dinámica natural de cualquier negocio sin con por ello se comprometan per se las características ni atributos del servicio prestado.

Los argumentos expuestos dan muestra de la incorrecta aproximación de la Dirección acerca de la falla supuestamente desconocida en el Encargo ante Aliados Comerciales, así como de la ausencia de prueba pertinente y conducente acerca de la supuesta falla en su calidad. Por el contrario, la información aportada da muestra de una prestación adecuada y satisfactoria de los servicios.(...)"

En cuanto al modelo de negocio, esta Dirección considera oportuno reiterar lo expuesto en el numeral 27.1.2. del presente acto administrativo en el sentido de indicar que en la ejecución de las actividades de la investigada se evidencia la existencia de múltiples elementos que llevan a la conclusión de que

ostenta la calidad de proveedor de bienes y servicios, toda vez que opera como un verdadero proveedor de productos a través de una plataforma de comercio electrónico y no como un mero portal de contacto.

Así las cosas, no es cierto como lo pretende hacer ver el apoderado, que este Despacho esté imponiendo un modelo de negocio distinto al que realiza el sujeto pasivo pues, precisamente es a raíz de las características evidenciadas en este, que se logró advertir que va más allá de una mera facilitación del contacto entre consumidores y otros proveedores comoquiera que no se limita a exhibir productos y poner en contacto a los sujetos, sino también a concretar negocios y relaciones de consumo, pues de su efectiva realización dependen sus ganancias.

En tal sentido, no resulta de recibo el argumento tendiente a señalar una vulneración al principio de la libertad de empresa pues no es el propósito de esta Entidad intervenir en la operación de la sociedad sino que, al haber evidenciado en su actuar trasgresiones a lo dispuesto en la Ley 1480 de 2011, se hace necesario que esta autoridad despliegue sus facultades administrativas en aras de lograr una efectiva protección de los derechos de los consumidores.

En la misma línea, no existe una indebida formulación de los sub cargos ni una vulneración al debido proceso pues, se reitera, en ningún momento estos imponen alguna característica sino que parten del análisis de la conducta de la propia investigada, particularmente la evidenciada en algunas de peticiones, quejas y reclamos formuladas por los consumidores en su calidad de tal, aunado a los elementos que fueron analizados desde oportunidades anteriores por esta Dirección.

Ahora bien, en lo que atañe a los argumentos planteados en el literal a) denominado "*Indebida descripción del servicio de Encargo para adquirir productos de Aliados Comerciales*", esta Dirección debe poner de presente que los cargos en estudio son claros al hacer referencia al servicio respecto del cual se predica la presunta infracción, comoquiera que aluden al incumplimiento de la investigada "(...) *tras la venta de productos a través de la plataforma de comercio electrónico RAPPÍ*", que no es otra cosa que el servicio posventa, esto es, aquel que se ejecuta con posterioridad al perfeccionamiento de la relación de consumo, es decir, luego de efectuado el acuerdo frente a la cosa y el precio a través de su plataforma, pues es en esta donde se realizan las transacciones comerciales por las cuales, además, el sujeto pasivo obtiene una ganancia económica.

En ese sentido, el servicio como elemento esencial para que los cargos tengan objeto fue plenamente descrito, en la medida en que se indicó claramente que el reproche giraba en torno a los incumplimientos posteriores a la venta de los productos a través de la aplicación de la investigada por aspectos como cancelaciones por parte de RAPPÍ S.A.S. 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, así como la demora en los tiempos de entrega.

En la misma línea, es menester aclarar que el acto administrativo de formulación de cargos hace referencia a la calidad de ese servicio posventa, más no a la calidad de los bienes en sí mismos, por lo que resulta irrelevante de cara a la determinación de responsabilidad de la investigada la consideración sobre quien es el encargado de la verificación de los ingredientes, de la cantidad o de la cocción de los pedidos pues lo que ha de estudiarse es si la investigada incurrió en fallas con respecto a las cancelaciones, entregas, cobros, y demás aspectos previamente mencionados y estudiados, que se dan con posterioridad al perfeccionamiento de la relación de consumo. Esto, teniendo en cuenta que la actividad de la investigada no se limita a ofrecer bienes y servicios a través de su aplicación, sino que tiene a su cargo la efectiva distribución y entrega de lo que allí se adquiere.

En ese orden de ideas, es necesario poner de presente que para la efectiva distribución y entrega el sujeto pasivo se prevale de la figura del *Rappitendero*, que resulta fundamental dentro su operación y respecto de la cual, como ya se indicó en el acápite de consideraciones previas, guarda la facultad de subrogarse en los créditos y posición, reemplazándola y convirtiéndose en el acreedor del usuario en esa relación de consumo. De esta manera, debe señalarse que no es cierto que los *Rappitenderos* presten el servicio directamente sin que la investigada tenga injerencia en ello pues, más allá de que esta genere el contacto entre aquellos y los consumidores, la subrogación de los derechos

patrimoniales que le corresponden al mandatario-Rappitendero denota que no actúa como un simple portal de contacto.

Aunado a lo anterior, es menester reiterar que el artículo 53 de la Ley 1480 de 2011 es claro en establecer que los portales de contacto se configuran para permitir la convergencia de dos sujetos, a saber, los consumidores y los expendedores, sin que esta contemple la existencia de un tercer interviniente como sería el caso de los *Rappitenderos*, por lo que el argumento según el cual el servicio es poner en contacto a tres sujetos: aliados comerciales, usuarios y *rappitendero*, no puede ser de recibo para esta Superintendencia.

Finalmente, en cuanto al argumento según el cual *"el servicio de Rappi no es igual a aquel ofrecido por sus Aliados Comerciales. La mayor diferencia entre ellos radica en que Rappi no produce y tampoco vende los productos que se ofrecen en su Plataforma. Por ende, tampoco verifica sus ingredientes, tiempo de cocción, cantidad ni mucho menos su calidad, pues como portal de contacto, no le corresponde asumir dichas obligaciones"*, esta Dirección debe señalar que de cara a lo contemplado en el artículo 2 de la Ley 1480 de 2011, las disposiciones contenidas en la norma ibídem son aplicables no solo a los productores, sino también a los proveedores ubicados dentro del territorio nacional, por lo que viene del todo indicar que de conformidad con el numeral 11 del artículo 5 de la citada normativa, estos últimos son aquellos que de manera habitual, directa o indirectamente, ofrecen, suministran, distribuyen o comercialicen productos con o sin ánimo de lucro.

En este sentido, teniendo en cuenta que a la investigada le corresponde la efectiva distribución y entrega de los productos que ofrece a través de su plataforma en la cual, además, se perfeccionan las elaciones de consumo, es claro que su actividad se enmarca dentro de la definición de proveedor que contempla la Ley 1480 de 2011. Así pues, no se requiere que el sujeto pasivo produzca, fabrique, o cocine directamente los bienes que son ofrecidos en su plataforma para que pueda ser sancionado, pues tal circunstancia implicaría desconocer parte del objeto del Estatuto del Consumidor, toda vez que sus normas también están previstas para los proveedores que desconozcan sus disposiciones.

Por otra parte, en cuanto a los argumentos esgrimidos en el literal b) denominado *"Características inherentes o atribuidas al Encargo para adquirir productos de Aliados Comerciales"* del escrito de descargos, debe señalarse que, contrario a lo que afirma la investigada, esta Dirección estableció de manera clara en el pliego de cargos las características inherentes o atribuidas presuntamente incumplidas en el servicio posventa, a saber, las relacionadas con la entrega, las cancelaciones, y el cobro de los pedidos efectuados por los consumidores. En ese sentido, no se entiende por qué el apoderado del sujeto pasivo pretende hacer un ejercicio para suplir dicha tarea, siendo que la misma fue debidamente ejecutada y plasmada dentro del acto administrativo que hoy cuestiona.

Así mismo, al igual que ocurre en la sub imputación inmediatamente anterior, debe ponerse de presente que el sujeto pasivo no puede desligarse de las exigencias sobre la calidad de su servicio aduciendo que en la información que suministra a los usuarios señala que funciona como portal de contacto, cuando se encuentra demostrado como se ha venido señalando a lo largo de la presente resolución, particularmente en el numeral 27.1.2., que en la realidad ejecuta actividades de proveedor de bienes y servicios a través de plataforma de comercio electrónico.

En cuanto a las tres reclamaciones del radicado 20-66537-1 traídas a colación por el apoderado de la investigada, es menester señalar que lo que se reprochó en la sub imputación estudiada en el numeral 27.3.2.3. del presente acto administrativo, no tuvo por objeto reprochar la calidad de los productos en sí mismos sino de actividades ejecutadas por la investigada con posterioridad a la venta y que le son propias teniendo en cuenta que a esta le corresponde la efectiva distribución y entrega de los bienes adquiridos a través de su plataforma. De allí que lo que se haya cuestionado hayan sido situaciones relacionadas con la demora en los tiempos de entrega informados inicialmente en la aplicación.

Con todo, debe señalarse que si lo que pretende el apoderado es atribuir la responsabilidad por dicha circunstancia a lo que denomina *"aliados comerciales"*, de ninguna manera las reclamaciones aludidas desdibujan el incumplimiento que ya fue determinado en el análisis probatorio, comoquiera que en el mismo se evidenció que la mayor parte de las demoras se dieron al momento mismo de la entrega y

distribución, por retrasos en la asignación del pedido al *rappitendero*, cambio de *rappitendero*, reporte tardío del pedido, múltiples pedidos en cabeza de un solo *rappitendero*, entre otras.

En ese sentido, y si bien esta Dirección no desconoce que algunas de las demoras pudieron obedecer a retrasos en los restaurantes al momento de elaborar el pedido, lo cierto es que se encuentra debidamente demostrado que si se presentaron fallas por parte de la investigada en el momento de la distribución de los bienes adquiridos a través de su plataforma, que hicieron que superara el tiempo señalado al consumidor.

Aún en gracia de discusión, debe tenerse en cuenta que es el sujeto pasivo de la presente investigación administrativa quien informa el plazo para la entrega efectiva de los pedidos por lo que, aun si el retraso obedece a la preparación de los productos por parte de los "aliados comerciales", le corresponde a la sociedad tomar las medidas pertinentes y los protocolos necesarios en aras de informar un tiempo que coincida con la realidad para que el consumidor decida si opta o no por esa decisión de compra.

Finalmente, en cuanto a los argumentos expuestos en el literal c) denominado "Inexistencia de una falta de cumplimiento en la calidad del encargo para adquirir productos de Aliados Comerciales", es necesario manifestar que si bien es cierto que es posible que no todas las peticiones, quejas y reclamos de los radicados números 19-198723-9 y 20-66537-5 guarden relación con las características inherentes o atribuidas al servicio de la investigada, lo cierto es que el pliego de cargos corresponde a un análisis preliminar de elementos que podrían dar cuenta de posibles vulneraciones a las normas que regulan la protección del consumidor. No obstante, es en esta etapa del procedimiento administrativo en donde se analizan los medios probatorios en aras de determinar si en efecto aquellos demuestran o no la existencia de una infracción, encontrándose del análisis realizado hasta el momento que en efecto si se presentaron fallas en el servicio por parte de la investigada que trasgreden lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, en este caso por cancelaciones por parte de RAPPI S.A.S. 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; y demora en los tiempos de entrega.

En este punto debe precisarse, que de conformidad con lo establecido en el numeral 27.1.1. del presente acto administrativo, el régimen de responsabilidad que resulta aplicable para el caso concreto es de carácter objetivo por lo que no se requiere de ninguna manera que las 55.965 y 351 reclamaciones de dichos radicados impliquen en su totalidad la vulneración de las características inherentes o atribuidas al servicio pues basta con que se vulnere la norma con independencia del número de casos, para que haya lugar a la responsabilidad de la indagada. En ese sentido, las 8 quejas traídas a colación por el apoderado no tienen la virtualidad de relevar a la sociedad del juicio de reproche, pues de ninguna manera desdibujan el incumplimiento que se logró determinar a partir de las muestras contenidas en las tablas N°4 y 5.

Por otra parte, en lo que atañe al argumento según el cual la sola existencia de peticiones, quejas y reclamos no constituye una falla en la calidad del servicio, debe reiterarse lo manifestado en el numeral 27.3.3.1., en el sentido de indicar que la responsabilidad de la investigada no es encontrada determinada por la mera existencia de reclamaciones sino porque una vez analizada una muestra de estas se determinó que los hechos allí expresados y frente a los cuales la investigada tuvo que acceder favorablemente, dieron cuenta de infracciones a las normas de protección al consumidor.

Así mismo, cabe destacar que por el tipo de responsabilidad aplicable, el análisis comparativo o porcentual entre el número de reclamaciones y el número de pedidos culminados satisfactoriamente resulta irrelevante en aras de lograr una exoneración, pues una vez demostrada la infracción, independientemente de su volumen, hay lugar ineludiblemente a la sanción administrativa, salvo que se compruebe la existencia de una causa extraña, situación que no fue alegada ni probada en ningún momento por el apoderado del sujeto pasivo.

En ese orden de ideas, una vez analizados los medios probatorios, en contraste con los argumentos esgrimidos por el sujeto pasivo y, así mismo, teniendo en cuenta que éste no alegó ni probó causa extraña que justificara su actuar, este Despacho encuentra demostrada la infracción a lo dispuesto en

el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, en lo que atañe a los sub cargos estudiados en los numerales **27.3.2.2.** y **27.3.2.3.**, en la medida en que las expectativas de los consumidores resultaron defraudadas por el comportamiento de la investigada con relación a i) las cancelaciones por parte de RAPPI S.A.S. 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 tras la venta de productos a través de su plataforma de comercio electrónico, advertidas en el radicado número 19-198723-9 del 22 de enero de 2020 y; ii) las demoras en la entrega de los pedidos realizados a través de la misma.

27.3.2.4. Sobre las fallas en la calidad del servicio con ocasión de la celebración del día de la madre:

En lo que atañe a este aspecto, esta Dirección inició investigación administrativa toda vez que se pudo advertir, a partir de la información y de la relación de peticiones, quejas y reclamos suministrada por la investigada con el número de radicado 20-119287-1 del 21 de mayo de 2020, que con ocasión de la celebración del día de la madre el 10 de mayo de 2020 la plataforma de comercio electrónico RAPPI presentó incumplimientos en la entrega de algunos pedidos realizados por los consumidores, los cuales se vieron reflejados mediante la entrega tardía, la no entrega, la entrega incompleta, la entrega de un producto diferente al solicitado, la cancelación del pedido por parte de RAPPI luego de haber debitado el valor del pedido y la imposibilidad de hacer pedidos.

Lo anterior, teniendo en cuenta que de conformidad con lo expresado por **RAPPI S.A.S.** mediante el mencionado radicado, al parecer, su plataforma sufrió una caída y no tuvo la capacidad para crear algunas órdenes de los consumidores, ni informar a estos sobre las modificaciones que se presentaron en los tiempos de entrega, así como tampoco permitió que los consumidores pudiesen hacer seguimiento al estado de sus órdenes; también porque, al parecer, algunos de sus Aliados (específicamente, restaurantes) no estaban disponibles para recibir más órdenes, ya que su operación se encontraba saturada y porque algunas órdenes no pudieron ser aceptadas por los RAPPITENDEROS o por los Aliados Comerciales.

Así mismo, poniendo en consideración el hecho de que al parecer, no todas las inconformidades que se presentaron por los incumplimientos en las entregas del día 10 de mayo de 2020 quedaron registradas bajo una petición, queja o reclamo, teniendo en cuenta que **RAPPI S.A.S.** se comunicó con los consumidores, con posterioridad a lo sucedido, vía correo electrónico, redes sociales y llamadas telefónicas, presuntamente, con la finalidad de informar los daños que sufrió la plataforma y de recibir solicitudes con relación al servicio o incumplimiento del servicio, del 10 de mayo de 2020, para que los consumidores no tuviesen que instaurar una petición, queja o reclamo para dar solución a su inconveniente.

Así las cosas, esta Dirección considera oportuno traer a colación los medios probatorios que sirvieron de sustento al presente sub-cargo, a efectos de realizar el análisis que corresponde:

Tabla N°6. Muestra de peticiones, quejas y reclamos frente a la calidad del servicio presentadas con ocasión del día de la madre. (Rad. N°20-119287-1)



**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

INFORMACIÓN
RESERVADA

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

"Por la cual se decide una actuación administrativa"

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

INFORMACIÓN
RESERVADA

INFORMACIÓN
RESERVADA

**INFORMACIÓN
RESERVADA**

Del estudio de la muestra contenida en la tabla N°6, se puede advertir que en efecto se presentaron fallas en la prestación del servicio del sujeto pasivo con ocasión del día de la madre celebrado en el año 2020, de manera que tuvo que gestionar con los consumidores reconociendo el incidente, ofreciéndoles disculpas y tomando otro tipo de soluciones según el tipo de incumplimiento.

Así pues, se pudo verificar que en varios de los casos la investigada no entregó los pedidos efectuados por los consumidores, por lo que tuvo que gestionar el incidente ofreciéndoles disculpas y cargando el valor del pedido en *rappicréditos* o en la tarjeta de crédito de estos. Así mismo señalándoles que tomaría las medidas pertinentes con su personal. A modo de ejemplo, tal circunstancia se vio evidenciada en las quejas de los señores

[REDACTED]

De igual manera, se advirtió que en múltiples ocasiones los pedidos, aunque fueron entregados, llegaron incompletos, lo que se hizo necesario que la investigada les ofreciera igualmente disculpas y cargara el valor del producto faltante en *rappicréditos*, tal y como se observa en las reclamaciones de los señores

[REDACTED] entre otros

En la misma línea, a partir de la muestra se logró determinar que en efecto la investigada entregó productos distintos a los que fueron solicitados por los consumidores en la plataforma de comercio electrónico, por lo que en aras de brindar solución tuvo que ofrecer disculpas y cargar una serie de *rappicréditos* a las cuentas de cada uno de estos usuarios, lo cual se puede constatar, a modo de ilustración, a partir de las peticiones radicadas por los señores

[REDACTED]

Por otra parte, se observó que en varios de los casos la investigada canceló el pedido realizado por los consumidores pese a que ya se había confirmado la transacción y efectuado el pago. Situación que la llevó a gestionar la incidencia con los consumidores realizando la devolución del dinero a través de *RappiPay*, cargando su valor en *rappicréditos*, reembolsando en la tarjeta de crédito de los usuarios, o eliminando la deuda pendiente por concepto de cancelación. Así se evidencia en las quejas de los señores

[REDACTED], entre otros.

Igualmente se evidenció que en algunos de los casos los consumidores no pudieron realizar sus pedidos en la aplicación por lo que la investigada procedió a solucionar el inconveniente solicitándoles que actualizaran la aplicación. Así se verificó en las reclamaciones efectuadas por los señores

[REDACTED]

De esta manera, a partir de la muestra traída a colación en la tabla, resulta evidente que el servicio prestado por la investigada se tornó deficiente, defraudando a su turno las expectativas de los consumidores ante la falta de correspondencia entre las características inherentes y atribuidas al mismo y la realidad.

Lo anterior, por cuanto se reitera que una vez el consumidor adopta su decisión de compra y decide hacer la transacción en la plataforma de comercio electrónico, esta es confirmada por el sujeto pasivo de manera que, a partir de allí, el usuario espera que se le realice una entrega efectiva pues, caso contrario, habría optado por cualquier otra alternativa para satisfacer sus necesidades propias, privadas, familiares o domésticas y/o empresariales, por supuesto cuando no estén ligadas intrínsecamente a su actividad económica. Esto, en tanto que, como se ha venido señalando a lo largo del presente acto administrativo, la entrega se configura como un elemento inherente a la relación de consumo misma.

En ese sentido, el hecho de que el sujeto pasivo no de cabal cumplimiento a la entrega de los bienes que son adquiridos a través de su aplicación, deviene claramente en una infracción a lo dispuesto en

el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, en la medida en que constituye una discrepancia de cara a las características inherentes al servicio.

La misma conclusión resulta aplicable cuando, a pesar de que se realiza la entrega del pedido, esta se hace de manera parcial o con productos distintos a los que fueron solicitados por el consumidor, pues es evidente que la decisión de compra está directamente relacionada con las necesidades que pretende satisfacer por lo que pagar un precio para que no le llegue la totalidad de lo requerido ciertamente genera una defraudación de sus expectativas, al igual que cuando tiene que recibir un producto diferente al que deseaba realmente adquirir y que fue precisamente el que dio lugar a que se celebrara el negocio jurídico.

Así mismo, en lo que tiene que ver con las cancelaciones, se reitera que con posterioridad a la confirmación del pedido resulta lógico para el consumidor esperar que el producto sea efectivamente entregado y no, que este le sea cancelado. En tal entendido, cuando el usuario se encuentra con que su pedido ha sido cancelado pese a que ya realizó la transacción y duró tiempo esperándolo, se vulneran sus expectativas en cuanto al servicio requerido. Lo mismo sucede en aquellos eventos en los que opta por ingresar a la plataforma de comercio electrónico para realizar un pedido en aras de satisfacer sus necesidades de consumo y no lo puede hacer pues tal circunstancia representa una deficiencia del servicio ofrecido.

Así las cosas, a partir del análisis probatorio, esta Dirección encuentra que en la mayor parte de los casos registrados en la muestra se evidenciaron múltiples deficiencias del servicio prestado por la investigada con ocasión del día de la madre, las cuales obedecieron a las circunstancias anteriormente descritas. En ese sentido, se advierte una vulneración a lo establecido en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, al encontrarse discrepancias entre las características inherentes y atribuidas al mismo y la realidad, por lo que probatoriamente se encuentra demostrado el incumplimiento. No obstante, en aras de garantizar el derecho de defensa de la investigada se procederá, a continuación, a traer a colación los argumentos de defensa de su escrito de descargos radicado con el número 19-198723-26 del 9 de junio de 2021, los cuales se pueden agrupar en dos categorías: i) sobre la *"inexistencia del presunto incumplimiento del artículo 6 de la Ley 1480 con respecto a los Encargos durante el día de la madre del 10 de mayo de 2020"* y ii) sobre que *"Los sucesos ocurridos el día de la madre fueron atribuibles a factores imprevisibles e irresistibles para Rappi a pesar de las medidas tomadas con anticipación para predecir el alto incremento de la demanda"*.

i) Sobre la *"Inexistencia del presunto incumplimiento del artículo 6 de la Ley 1480 con respecto a los Encargos durante el día de la madre del 10 de mayo de 2020"*:

Frente al particular la investigada señaló:

"(...) De acuerdo con lo hasta ahora expuesto acerca de la naturaleza jurídica del modelo de negocio de Rappi, es claro que el aquí investigado no se trata de un establecimiento de comercio que comercializa bienes y servicios a través de la modalidad de comercio electrónico, como si ocurre con los Aliados Comerciales, sino una plataforma de contacto en donde se exhiben productos de estos terceros y da a los Usuarios la posibilidad de contactar a los Aliados Comerciales para que sean estos los que suplan las necesidades de los primeros.

Un error acerca de la naturaleza de la Plataforma y sus servicios sería asumir, por ejemplo, que Rappi directamente prepara, comercializa y entrega los productos que se exhiben en su Plataforma, dado que ello representaría sacar de la ecuación a todos los establecimientos que concurren a la misma para vender independientemente sus productos.

La operatividad de los servicios de Rappi, la cual es precisamente la presente en la dinámica de Encargos ante Aliados Comerciales, no varía por el hecho de que existan ocasiones especiales como lo es navidad o el día de la madre.

Partiendo de ello, se observa que la Dirección, para efectos de imputar el primer cargo, incurrió en un error a la hora de definir los servicios prestados por Rappi y, en consecuencia, en determinar los criterios de calidad que componen sus servicios y que fueron presuntamente desatendidos durante el día de la madre. La Dirección, ignorando por completo que Rappi es

un portal de contacto y no una plataforma de comercio electrónico, a lo largo de toda la imputación fáctica, partió de un fundamento equivocado al considerar que, durante el día de la madre del 10 de mayo de 2020, sus servicios consistían en la 'comercialización y entrega de productos'. Esta afirmación, por demás, no tiene sustento alguno ni obra prueba alguna en el expediente que permita soportarlo.

Al asumir esta imprecisión como fundamento del cargo formulado en contra de Rappi con ocasión del día de la madre, naturalmente se aproximó equivocadamente a la descripción de las condiciones de calidad que supuestamente no estuvieron presentes en sus servicios.

Aseguró la Dirección que hubo una falta de calidad en los encargos, por parte de Rappi, durante esta festividad por el hecho de que existieron entregas tardías, incompletas o la entrega de productos diferentes a los solicitados, lo cual evidencia precisamente la imprecisión en el cargo y en la definición de los servicios por los que Rappi era responsable en esa ocasión.

Con base en la real naturaleza de sus servicios, es posible descartar una gran proporción de las 4.602 PQR que la Dirección utilizó para formular el cargo, dado que en su gran mayoría refieren a responsabilidades que no le son atribuibles a Rappi, en razón a que hacen referencia a incidencias en las ventas hechas por terceros más no por Rappi.

Al existir un indebido entendimiento de la naturaleza de los Encargos materializables a través de su aplicación, la imputación en contra de Rappi con base al artículo 6° de la Ley 1480 de 2011 carece por completo de fundamento, al haber partido de una concepción errónea de los servicios sobre los que se reputan las supuestas fallas de calidad.

En vez de partir del correcto entendimiento acerca del objeto de los servicios prestados por Rappi en su plataforma consistentes en poner en contacto los Usuarios con los Aliados Comerciales para la compra de determinados productos, la Dirección consideró erróneamente que es Rappi el que preparó y vendió las órdenes de productos formuladas a través de la Plataforma. Al respecto, debemos señalar nuevamente que Rappi nunca prepara ni vende ninguna de las órdenes de productos que son formuladas a través de la Plataforma, al estar dichas actividades en cabeza de los Aliados Comerciales exclusivamente.

Dado que la Dirección plasmó un entendimiento equivocado acerca de la real naturaleza de los servicios de Rappi y replicó su falla a la hora de imputarle una falta de calidad a los mismos, los cargos por supuestas fallas durante esta festividad también carecen de fundamento, siendo lo procedente que la Dirección archive esta investigación. (...)"

Sobre este aspecto, vale la pena reiterar que de conformidad con análisis efectuado en el acápite 27.1.2. de la presente resolución, existen elementos en la actividad de la investigada que permiten catalogarla como una plataforma de comercio electrónico por lo que le resultan plenamente aplicables las normas objeto de estudio, en este caso, el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011. En ese sentido, y en aras de evitar ser redundante, esta Dirección procederá a remitirse al estudio abordado en el mencionado numeral aclarando que de conformidad con los elementos allí encontrados se logró determinar que la investigada tiene a su responsabilidad la efectiva distribución y entrega de los pedidos. Situación que lleva implícita el perfeccionamiento de la relación de consumo que se lleva a cabo a través de su plataforma, pues el surgimiento de la relación de consumo no solo está dado porque los consumidores adquieran los bienes y/o servicios ofrecidos, sino porque se dé la efectiva entrega de los mismos.

De esta manera, no es de recibo para este Despacho el argumento de la investigada tendiente a desacreditar las peticiones, quejas y reclamos que sirvieron de sustento al presente sub cargo en la medida en que aluden a responsabilidades que si le son atribuibles al sujeto pasivo al punto que, incluso, es esta y no los aliados comerciales, la que atiende las reclamaciones y además les brinda solución de forma directa.

Tampoco puede ser admitida la afirmación tendiente a señalar que la imputación carece de fundamento pues, encontrándose demostrado que la actividad de la investigada se enmarca dentro de las realizadas por un proveedor de bienes y servicios a través de plataforma de comercio electrónico, y que desborda la definición de un portal de contacto, le resulta completamente aplicable lo dispuesto

en el Estatuto del Consumidor y demás normas concordantes incluyendo, por supuesto, lo relativo a la calidad de los bienes y servicios ofrecidos.

Así mismo, debe señalarse que en ningún momento durante el pliego de cargos ni en la etapa de averiguación preliminar se indicó que es la sociedad la que prepara las órdenes. Esto por cuanto dicha circunstancia no es requisito para que esta Autoridad pueda desplegar sus facultades administrativas en aras de velar por la protección de los derechos de los consumidores, en la medida en que para tal efecto no solamente es válida la condición de ser productor, esto es, "quien de manera habitual, directa o indirectamente, diseña, produzca, fabrique, ensamble o importe productos", sino la de ser proveedor, entendido como aquel que "de manera habitual, directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos con o sin ánimo de lucro."

En tal entendido, debe hacerse hincapié en que la investigada ostenta la calidad de proveedor comoquiera que de manera habitual ofrece, distribuye y entrega los bienes adquiridos a través de su plataforma de comercio electrónico, de forma que le son aplicables las normas establecidas en la Ley 1480 de 2011. Así las cosas, no existe, como lo pretende hacer ver el apoderado, un entendimiento equivocado acerca de la real naturaleza de los servicios de la sociedad y, en consecuencia, no pueden ser de acogida los argumentos expuestos en aras de librar del juicio de reproche al sujeto pasivo.

Finalmente, y en línea con lo anterior, no puede decirse que el entendimiento de esta Dirección frente al modelo de negocio que emplea la investigada implique "sacar de la ecuación a todos los establecimientos que concurren a la misma para vender independientemente sus productos", pues tal y como se ha demostrado a lo largo del presente procedimiento y concretamente en el numeral 27.1.2., es a través de la plataforma y de la figura de los *Rappitenderos*, creada, diseñada y regulada por la sociedad RAPPI S.A.S., que se perfeccionan las relaciones de consumo por lo que no puede decirse que los establecimientos aliados vendan sus productos de manera independiente.

i) Sobre que "Los sucesos ocurridos el día de la madre fueron atribuibles a factores imprevisibles e irresistibles para Rappi a pesar de las medidas tomadas con anticipación para predecir el alto incremento de la demanda":

Al respecto, el apoderado de la investigada expuso lo siguiente:

"(...) Contrario a lo asumido por la Dirección, Rappi tomó las medidas que tuvo a su alcance para prever el incremento de la demanda esperada durante el día de la madre del pasado 10 de mayo de 2020, sin embargo, a pesar de las estimaciones, cálculos, simulaciones y, en general, el fortalecimiento de sus herramientas, la sobredemanda experimentada ese día estuvo más allá de las capacidades de la Compañía, sobrepasando los pronósticos hechos, lo que provocó los inconformismos descritos en la Resolución.

Por lo anterior y teniendo en cuenta que la capacidad de la Plataforma resultó desbordada, en particular por el elevadísimo número de Encargos por parte de los Usuarios, Rappi experimentó situaciones de fuerza mayor que le imposibilitaron garantizar el normal funcionamiento de su Plataforma. Esto se debió, en gran parte, a un fenómeno que se presentó por la pandemia generada por el COVID-19, que consistió en que, durante el día de la madre, la totalidad de Usuarios esperados en los restaurantes prefirieron hacer domicilios a través de la Plataforma, por lo que la misma se vio desbordada.

El eximente invocado se presenta al tener en cuenta todas y cada una de las medidas que Rappi tomó con base en sus capacidades operativas y técnicas, las cuales serán objeto de explicación más adelante, y la infortunada insuficiencia de la mismas ante un fenómeno innegable como lo es la pandemia que generó un volcamiento de la demanda de servicios a la Plataforma que terminó sobrepasando su capacidad.

En consecuencia, el estado del arte de la técnica nunca le hubiera permitido a Rappi prever la altísima demanda de servicios que se volcó sobre su Plataforma el día de la madre de 2020, de tal manera que con los conocimientos que tenía al momento de realizar los fortalecimientos sobre su Plataforma, le era imposible anticiparse los hechos de dicha festividad.

A la luz de estos acontecimientos, en particular por la altísima demanda de servicios, que habitualmente acudía a los establecimientos de forma presencial pero que por la pandemia se volcó a la Plataforma Rappi, resulta aplicable la causal de exoneración de responsabilidad en la calidad de servicios establecida en el numeral 1° del artículo 16 de la Ley 1480 de 2011.

Así pues, la aplicación de esta causal se materializa en el hecho de que a pesar de que Rappi desplegó al máximo sus capacidades para la atención del incremento de Encargos, le fue imposible, entre otras cosas, por hechos atribuibles a la pandemia, garantizar el funcionamiento de la Plataforma. Nadie es ajeno a que actualmente estamos afrontando una pandemia que hizo imposible predecir los acontecimientos ya descritos en el día de la madre. A continuación, se presentan las medidas extraordinarias tomadas por Rappi para prepararse para el día de la madre de 2020 y que, a pesar de ello, fueron excedidas por los acontecimientos descritos:

Una de las medidas adoptadas consistió en la **advertencia y exigencia de preparación a los establecimientos aliados para el incremento de la demanda**. Esta primera medida consistió en la solicitud formulada por Rappi a los Aliados Comerciales para el fortalecimiento operativo y de personal con miras a atender el incremento de la demanda durante esa festividad.

Adicionalmente, 3 días antes del día de la madre, Rappi puso en práctica una nueva funcionalidad que mostraba a los Usuarios el **estado de 'no disponible' de ciertos restaurantes debido a la saturación de sus cocinas o el incremento de riesgos de contagios de COVID-19 por aglomeraciones de mandatarios voluntarios de pedidos o Rappitenderos**. Esta medida les permitía a los restaurantes detener la formulación de pedidos que no se encontraban en capacidad de entender por la sobredemanda.

Esto se desarrolló través de un modelo que usó toda la data histórica disponible del nivel de órdenes o Pivot, a partir del cual las métricas operativas del restaurante que mostraban deterioro por el aumento en el tiempo de espera del Rappitendero, o por el mayor tiempo de preparación de las órdenes de los Usuarios, eran mostrados como 'no disponibles' para evitar problemas con estas.

En adición de lo anterior, Rappi **dispuso de cuarenta brigadistas para velar por el orden y el distanciamiento preventivo**, para así propender por la aplicación de los protocolos de bioseguridad en los restaurantes de mayor venta. Además, durante las últimas 2 semanas anteriores al día de la madre, Rappi **registró un total de 16.353 nuevos Rappitenderos** con el fin de poder suplir la alta demanda de Usuarios que anticipaba para la festividad.

No obstante la aplicación de todas estas medidas, para Rappi resultó imposible asumir la sobredemanda experimentada de los servicios de la aplicación durante el día de la madre.

Las situaciones experimentadas, derivadas de la ocurrencia del primer día de la madre durante la pandemia, materializaron hechos de fuerza mayor que excluyen la responsabilidad de Rappi frente al normal funcionamiento de la Plataforma. Si bien la Compañía tomó una serie de medidas idóneas para atender la sobredemanda de servicios prevista para la ocasión, por factores atribuibles, entre otras cosas a la pandemia, su capacidad operativa especialmente fortalecida para la festividad, se vio sobrepasada.

Cabe aclarar que esta misma Superintendencia requirió a Rappi con el fin de que explicara los protocolos que dispuso para el día de la madre del año 2021 (Rad. 21-206481), frente a lo cual la Compañía de forma oportuna le indicó que realizó un trabajo multifuncional de sus áreas internas para realizar un análisis detallado y pronósticos de impacto de tráfico de la Plataforma. Estos análisis la llevaron a realizar una proyección estimada de transacciones para dicha ocasión.

De conformidad con lo anterior, el equipo de tecnología realizó un protocolo de pruebas para mejorar la capacidad tecnológica, de acuerdo con el pronóstico mencionado anteriormente y las distintas proyecciones que se realizaron para evaluar el funcionamiento de la Plataforma Rappi. Lo anterior, con el fin de tener una planeación acertada y preparar la capacidad de reacción en caso de que dicho pronóstico fluctuara.

En paralelo, se implementó un protocolo de organización con los distintos proveedores de tecnología de la Plataforma Rappi, a saber: el proveedor de infraestructura de la nube, el

proveedor de la pasarela de pagos, los proveedores de las herramientas analíticas y de monitoreo y demás, con el fin de alinear los pronósticos de tráfico y el volumen de transacciones estimadas, con los pronósticos de las plataformas terceras de dichos proveedores.

Finalmente, el día 30 de mayo de 2021, Rappi habilitó, a través de una plataforma que permitía conectar varias personas al mismo tiempo, un espacio en donde se conectó personal de los equipos de operaciones, tecnología y negocio a lo largo del día, para hacer seguimiento al tráfico de los distintos usuarios conectados y al volumen de transacciones realizadas a través de la Plataforma Rappi. De esta manera, se pudo contar un equipo multifuncional, con capacidad de ejecución y toma de decisiones en tiempo real que evitara cualquier contratiempo como los presentados en la festividad de 2020, y permitiera soportar la demanda de los Usuarios/Consumidores a través de la Plataforma.

El relato antes expuesto acerca de las medidas tomadas para el 2021 permite mostrar cómo, a raíz de los acontecimientos del año 2020, Rappi tomó nuevas medidas para prever la alta demanda de servicios a través de la Plataforma.

Por lo anterior, le solicitamos respetuosamente a la Dirección que, de continuar con su reproche, no ante los servicios prestados por los Aliados Comerciales, sino ante la facilitación y perfeccionamiento de encargos a través de la Plataforma, se sirva aplicar el criterio de exoneración del numeral 1° del artículo 16 de la Ley 1480 de 2011.

Esto, debido a que a pesar del robustecimiento excepcional y significativo de la Plataforma conforme las medidas descritas, dado el volcamiento de servicios sobre la Plataforma con ocasión de la pandemia, a Rappi le resultaba imposible prever tal situación conforme los recursos a su alcance, configurándose con ello el eximente de responsabilidad invocado.(...)"

Al respecto, encuentra esta Dirección que los argumentos expuestos por la investigada están destinados a que se le exonere de responsabilidad en la medida en que, alega, se presentó un fenómeno constitutivo de fuerza mayor consistente en el aumento de la demanda que generó como consecuencia la caída de la plataforma de la que dispone para realizar sus actividades de comercio electrónico.

En ese sentido, para efectos de determinar si en el caso concreto se presentó la causal traída a colación por el apoderado, es menester indicar que la fuerza mayor es definida como una "causa extraña y externa al hecho demandado; se trata de un hecho conocido, irresistible e imprevisible, que es ajeno y exterior a la actividad o al servicio que causó el daño"⁴⁵

Así pues, resulta indispensable que quien invoca la fuerza mayor, no solo identifique la causal, sino que sustente su existencia, esto es, que pruebe los presupuestos de exterioridad, imprevisibilidad e irresistibilidad del hecho aducido, con el fin entonces que se acredite la ruptura del nexo causal, es decir que, demuestre efectivamente que no se configura una relación de causalidad para atribuirle una responsabilidad⁴⁶.

En ese orden de ideas vale la pena señalar que la exterioridad es entendida como un suceso o acaecimiento por el cual el incoado no tiene el deber jurídico de responder⁴⁷. Es decir, supone que el hecho que se alega como constitutivo de fuerza mayor sea totalmente extraño al que se ampara en él, tal y como ocurre con sucesos naturales o comportamiento de algún tercero⁴⁸. En otras palabras, "la exterioridad de la causa extraña respecto del demandado se concreta en que el acontecimiento y circunstancia que (se) invoca como causa extraña debe resultarle ajeno jurídicamente, pues más allá de sostener que la causa extraña no debe poder imputarse a la culpa del agente (...) la exterioridad que se exige de la causa del daño para que pueda ser considerada extraña a la entidad demandada

⁴⁵ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Tercera. Sentencia de 16 de marzo de 2020, Exp 11.670. C.P. Alier Eduardo Hernández Enriquez

⁴⁶ Ibid.
Cfr. PATIÑO DOMÍNGUEZ, Héctor. Óp. Cit. P. 193.

⁴⁷ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Novena de Revisión de la Corte Constitucional. Sentencia de Tutela T-71-16. Referencia Expediente T-5.343.816. Magistrado Ponente: VARGAS SILVA, Luis Ernesto. Bogotá D.C., 24 de mayo de 2016

⁴⁸ Consejo de Estado, Sala plena de lo Contencioso Administrativo. Sentencia de 20 de febrero de 2019, Exp 3883 C.P. Maria Adriana Marín

es una exterioridad jurídica, en el sentido de que ha de tratarse de un suceso o acaecimiento por el cual no tenga el deber jurídico de responder la accionada⁴⁹".

Por su parte, la imprevisibilidad hace referencia a que el hecho aducido no se podría establecer con anterioridad a su ocurrencia⁵⁰. Esto quiere decir, que es súbito, repentino, sorpresivo, en tanto que la persona no tendría la capacidad de anticiparse a la situación, con independencia de que se trate o no de un fenómeno de poca o mucha ocurrencia⁵¹.

A su turno, la irresistibilidad ha sido definida como aquella en la que el agente no puede evitar el acaecimiento del hecho ni superar sus consecuencias, es decir, se trata de una situación inevitable que no puede exigir de la persona que la sufre un comportamiento para que no ocurra⁵².

De esta manera debe señalarse, en primer lugar, que una vez analizado en su integridad el plenario, esta Dirección encuentra que aun cuando la investigada manifestó, tanto en su respuesta radicada con el número 20-119287-1 del 21 de mayo de 2020, como en su escrito de descargos, que la plataforma tuvo una caída como consecuencia del incremento de la demanda, no aportó prueba alguna tendiente a sustentar sus afirmaciones más allá de las capturas que a continuación se relacionan:

Imagen N°15. Aviso a los consumidores. Radicado N°20-119287-1

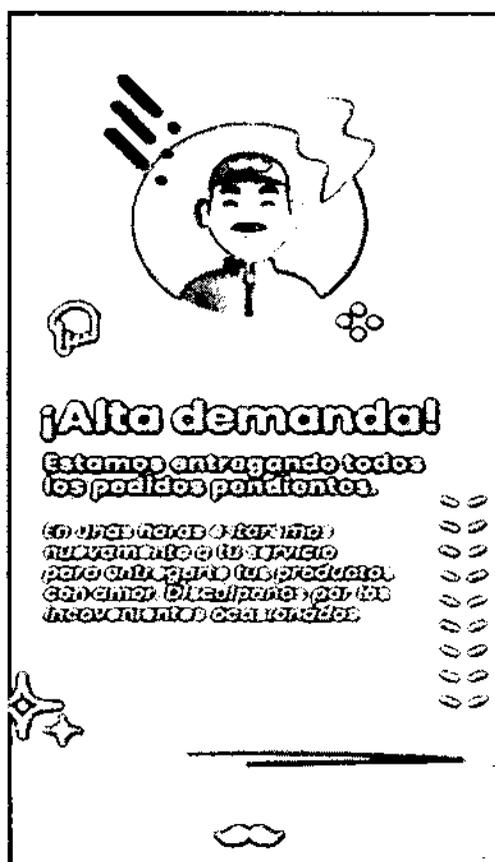


Imagen N°16. Información dispuesta en la plataforma. Radicado N°20-119287-1

⁴⁹ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Tercera. Sentencia de 22 de junio de 2011, Exp 19548 C.P. Jaime Orlando Santofimio Gamboa.

⁵⁰ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Novena de Revisión de la Corte Constitucional. Sentencia de Tutela T-71-16. Referencia Expediente T-5.343.816. Magistrado Ponente: VARGAS SILVA, Luis Ernesto. Bogotá D.C., 24 de mayo de 2016.

⁵¹ Consejo de Estado, Sala plena de lo Contencioso Administrativo. Sentencia de 20 de febrero de 2019, Exp 3883 C.P. María Adriana Marín

⁵² CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Novena de Revisión de la Corte Constitucional. Sentencia de Tutela T-71-16. Referencia Expediente T-5.343.816. Magistrado Ponente: VARGAS SILVA, Luis Ernesto. Bogotá D.C., 24 de mayo de 2016.



Imagen N°17. Comunicado del country manager de Colombia. Radicado N°20-119287-1



Queremos pedirte disculpas.

Lamentamos mucho los inconvenientes,
ya los hemos arreglado para seguir funcionando
normalmente y seguir brindando el mejor
servicio para ti.

Este domingo 10 de mayo no hemos podido ser el Rappi de siempre. El día de la madre,
junto con la cuarentena, produjeron una demanda tres veces más alta que la de un domingo
normal. Esta situación no nos permitió estar a tu lado como siempre hemos estado.

Entendemos que hoy no era un domingo como cualquier otro, no solo porque celebramos el
día de esas mujeres maravillosas que hacen parte de nuestras vidas, sino porque la situación
actual nos obligó a celebrarlo en casa y, en muchos casos, lejos de ellas.

Queremos seguir estando a tu lado. Queremos crecer junto a ti. Queremos ofrecerte el mejor
añado para el día a día de tu vida. Queremos que te dediques a lo que más amas para que
nosotros podamos seguir haciendo lo que más amamos: servirte cada día mejor.

Sinceramente,

Matias Laks

Country Manager Rappi Colombia

En las imágenes N°15 y N°16, se puede advertir que el sujeto pasivo dio aviso a los consumidores
sobre la existencia de una alta demanda en los pedidos, indicando que estaban en proceso de entregar
todos los que se encontraban pendientes y que retomarían el servicio de restaurantes a las 6:00 pm.

Por su parte, la imagen N°17 muestra el comunicado emitido por el Country Manager de Colombia en el que manifiesta la misma situación.

Así las cosas, aunque resulta claro y, además es conocido que para la fecha de los hechos hubo un incremento en los pedidos radicados a través de la plataforma de comercio electrónico de la investigada, en atención a las medidas implementadas por el gobierno nacional con ocasión de la pandemia COVID-19, lo cierto es que en ningún momento estos documentos, que fueron los únicos aportados sobre el aspecto que se estudia, dieron cuenta de que se había caído la aplicación utilizada por el sujeto pasivo para el desarrollo de su actividad comercial. En otras palabras, esta Dirección no puede determinar con certeza, a partir de las pruebas obrantes en el expediente, la ocurrencia del hecho que se alega como constitutivo de fuerza mayor, esto es, la caída de la plataforma como consecuencia del incremento de la demanda.

Aún en gracia de discusión, debe ponerse de presente que tampoco existiría prueba que demuestre que se configurarían los presupuestos de exterioridad, imprevisibilidad e irresistibilidad que deben cumplirse para que resulte procedente la causal de exoneración invocada, tal y como se muestra a continuación:

En cuanto a la exterioridad, observa esta Autoridad que las fallas en la aplicación de la que dispone la investigada hacen parte de los aspectos operativos de esta, es decir, de la actividad que desempeña, que no es otra que la de un proveedor de productos a través de su plataforma de comercio electrónico. En ese sentido, resulta claro que la sociedad tiene el deber jurídico de responder frente a los inconvenientes que se puedan presentar en el desarrollo de la misma, máxime si se tiene en cuenta que de conformidad con lo estudiado en el numeral 27.1.2. del presente acto administrativo, le son completamente aplicables las disposiciones establecidas en la Ley 1480 de 2011. Situación que implica que deba responder ante los consumidores y ante las autoridades que velan por el cumplimiento de dicha normativa, cuandoquiera que por circunstancias atribuibles a sí misma, como la del caso concreto, se vean vulnerados los derechos de los consumidores.

No puede perderse de vista que es la investigada la llamada a comprometer sus actos dentro del comercio y por ende la responsable ante las fallas de su operación y del funcionamiento de la plataforma pues es esta la encargada de tomar todos los protocolos logísticos y medidas necesarias para cumplir con las obligaciones legales que el atañen. Así pues, el hecho aducido no cumple con los elementos necesarios para considerarse como exterior por lo que, en consecuencia, no se cumple con este presupuesto.

Ahora bien, en lo que corresponde a la imprevisibilidad, advierte esta Dirección que para la fecha de los hechos la situación generada por la llegada de la pandemia COVID-19 ya era ampliamente conocida, al igual que las medidas implementadas por el gobierno nacional para combatirla. De esta manera, debe destacarse que mediante Resolución N°453 del 18 de marzo de 2020 el Ministerio de Salud y Protección Social ordenó como medida sanitaria obligatoria preventiva y de control en todo el territorio nacional, que la venta de comidas y bebidas debería permanecer cerrada al público y solamente podrían ofrecerse estos servicios a través de comercio electrónico o por entrega a domicilio fuera de los establecimientos comerciales. Así mismo, mediante el Decreto 593 de 24 de abril de 2020, se prorrogó el aislamiento preventivo obligatorio, que venía presentándose desde el 22 de marzo de 2020, hasta el 11 de mayo de la misma anualidad.

Con fundamento en lo anterior, era más que evidente que se iba a presentar un incremento en la demanda que, en consecuencia podría afectar el funcionamiento de la plataforma, en tanto que la única alternativa para adquirir productos alimenticios era la de acudir al comercio electrónico. Al punto que la propia investigada en su escrito radicado con el número 20-119287-1 del 21 de mayo de 2020 señaló específicamente que previendo el incremento había tomado determinadas medidas para no afectar la operación.

Desde esta perspectiva, advierte este Despacho que el hecho aducido era fácil de anticipar para la sociedad, máxime si se tiene en cuenta que para el momento de los hechos era una de las pocas especializadas y reconocidas en ese tipo de servicios por lo que, en lo absoluto fue repentino o súbito.

En consecuencia, tampoco se configuró el elemento de la imprevisibilidad requerido para que opere la fuerza mayor.

Finalmente, en lo que atañe a la irresistibilidad, es necesario señalar que aun cuando la investigada en su respuesta radicada con el número 20-119287-1 del 21 de mayo de 2020 y en su escrito de defensa manifiesta que tomó determinadas medidas en aras de evitar el acaecimiento del hecho y en consecuencia el incumplimiento presentado, en ningún momento se aportaron las pruebas de las mismas, pese a que en el ordenamiento jurídico colombiano cada parte tiene la carga de probar sus afirmaciones.

En ese entendido, teniendo en cuenta que el sujeto pasivo previó la ocurrencia del incremento en la plataforma, que implica la posibilidad de fallas en la misma, a tal punto de señalar que tomó medidas para evitarlo, observa esta Dirección que tampoco se cumple con el elemento de la irresistibilidad.

Finalmente, en cuanto a los hechos del 10 de mayo relacionados en el escrito de descargos, debe indicarse que las medidas adoptadas para evitar contratiempos como los presentados con ocasión del día de la madre no tienen la virtualidad de relevar a la investigada del juicio de reproche, toda vez que son posteriores a los hechos que fueron objeto de investigación.

Bajo las anteriores consideraciones, se llega ineludiblemente a la conclusión de que no se encuentra probada la existencia de la fuerza mayor como causal de exoneración de responsabilidad por lo que, habiéndose demostrado el incumplimiento de la sociedad, esta se encuentra llamada a responder por el presente sub cargo .

Así las cosas, una vez analizados los elementos probatorios que sirvieron de sustento a la presente sub imputación, en contraste con los argumentos traídos a colación por el apoderado de la sociedad investigada, encuentra este Despacho que, en efecto, se presentó una deficiencia en el servicio prestado por la investigada durante la celebración del día de la madre del año 2020, en tanto que las expectativas de los consumidores resultaron defraudadas de cara a las características inherentes y atribuidas al servicio como consecuencia de la no entrega de los bienes adquiridos, la entrega incompleta, la entrega de un producto diferente al solicitado, la cancelación del pedido por parte de RAPPI luego de haber debitado el valor del pedido y la imposibilidad de hacer pedidos. En consecuencia, el presente sub cargo se encuentra llamado a prosperar y se impondrá la sanción a la que haya lugar.

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:

En este punto, esta Dirección encontró mérito para formular cargos en contra de la investigada, en la medida en que se pudo observar preliminarmente, a partir de la visita de inspección administrativa realizada al sitio web <https://www.rappi.com.co/> radicada con el número 19-198723-6 del 13 de enero de 2020, que el servicio prestado a través de la plataforma RAPPI no garantiza que los menores de edad no tengan acceso a productos nocivos para la salud, concretamente a bebidas alcohólicas, toda vez que aun cuando en esta se pregunta "¿Eres mayor de edad? SI NO" y al seleccionar "no" el producto no se deja agregar al carrito de compras, lo cierto es que al dar clic sobre el "si", el producto es agregado al carrito de compras, sin que se valide la veracidad de lo escogido por el consumidor ni se pregunte la edad del mismo, ni se confirme que efectivamente quien desea adquirir el producto es una persona mayor de edad. Situación que se vio evidenciada además en la queja presentada por la señora [REDACTED], en su calidad de fundadora de la Organización No Gubernamental RED PAPAZ, en la que allegó un video donde consta la entrega de dos botellas de licor por parte de una de las domiciliarias de RAPPI S.A.S., a un menor sin que se haya validado su edad.

Así las cosas, esta Dirección considera oportuno traer a colación algunos extractos de la visita administrativa que resultan pertinentes en aras de determinar si se configuró o no el incumplimiento por parte del sujeto pasivo en lo que atañe a este sub cargo:

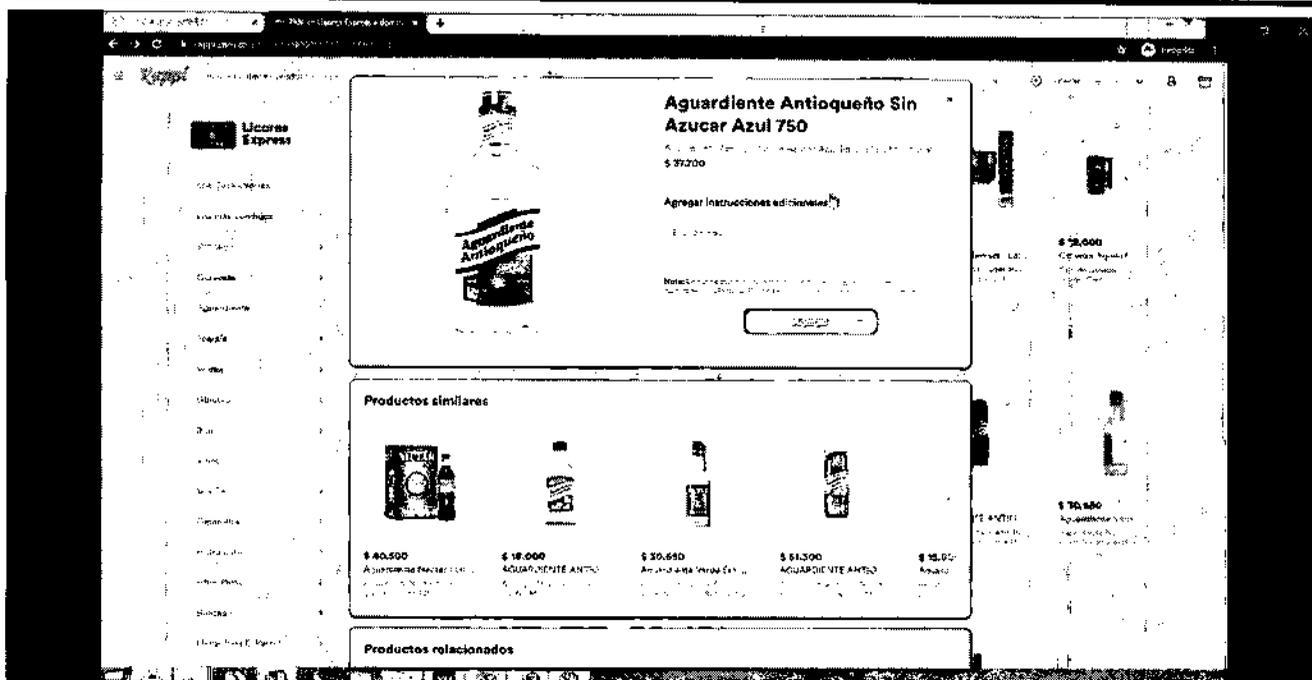


Imagen N°19 (Extracto visita la página web <https://www.rappi.com.co/>; minuto 3:28. Radicado 19-198723-6)

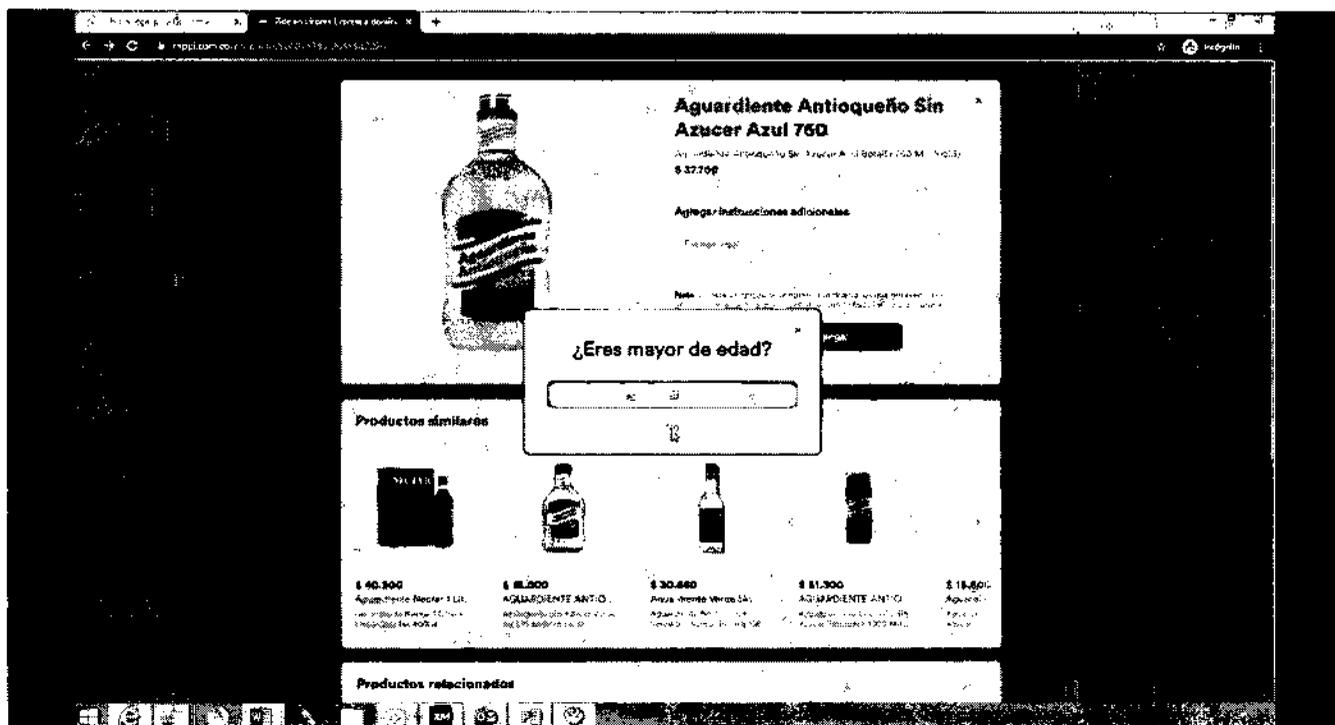


Imagen N°20 (Extracto visita la página web <https://www.rappi.com.co/>; minuto 3:30. Radicado 19-198723-6)

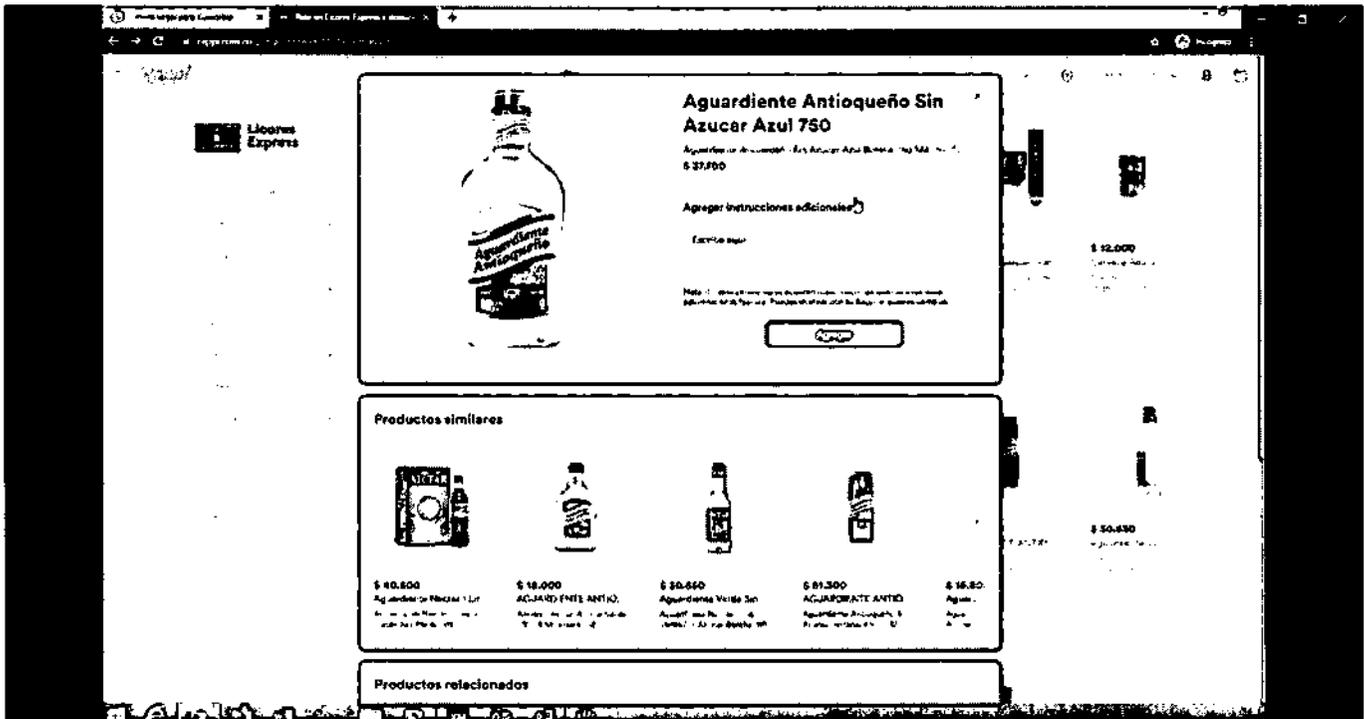


Imagen N°21 (Extracto visita la página web <https://www.rappi.com.co/>; minuto 3:55 Radicado 19-198723-6)

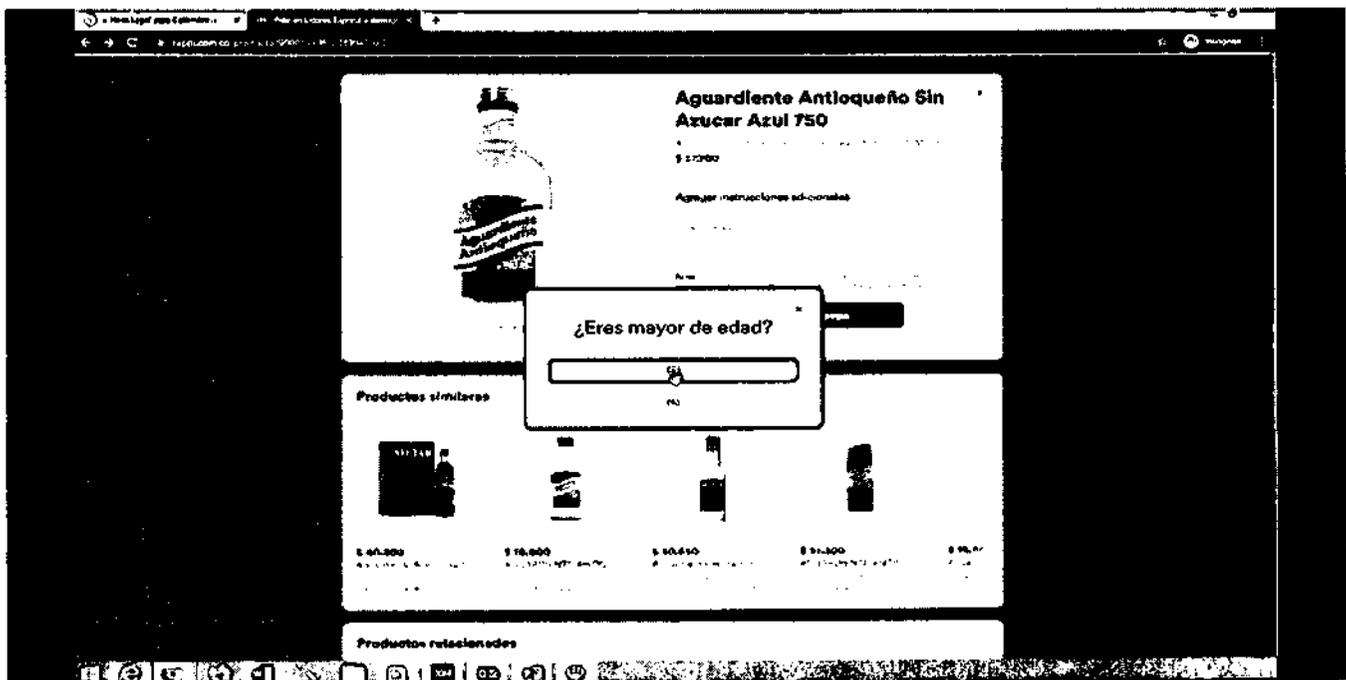


Imagen N°22 (Extracto visita la página web <https://www.rappi.com.co/>; minuto 4:05. Radicado 19-198723-6)

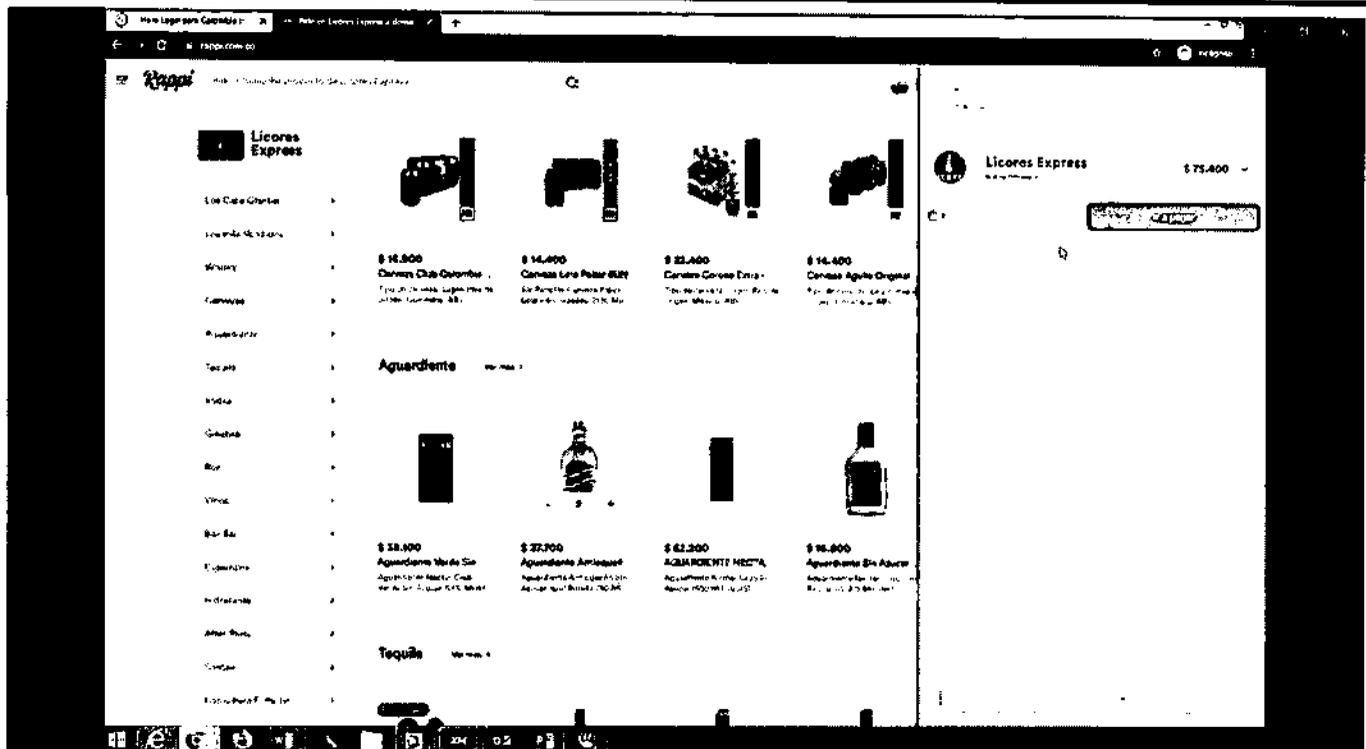
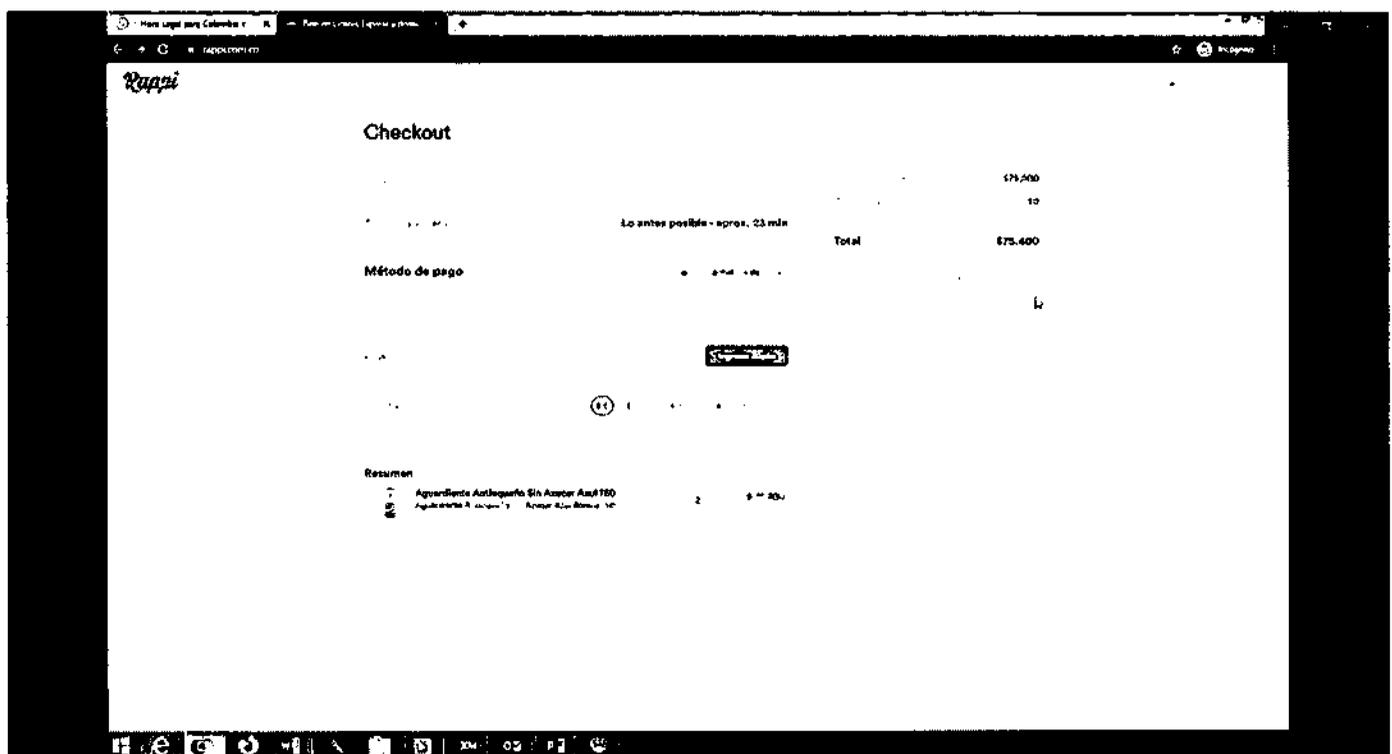


Imagen N°23 (Extracto visita la página web <https://www.rappi.com.co/>; minuto 4:10 Radicado 19-198723-6)



En la imagen N°18 se puede observar la ventana que se despliega en la página web de la investigada al hacer clic sobre una bebida alcohólica. En la misma se puede evidenciar que aparecen productos similares y relacionados y la opción de agregar al carrito de compras. Por su parte, la imagen N°19 permite verificar que al hacer clic sobre el botón "agregar", se despliega una nueva pestaña con la pregunta "Eres mayor de edad?" y las opciones de respuesta "si" y "no".

A su turno, la imagen N°20 muestra cómo, al momento de dar clic sobre la palabra "no", se devuelve a la ventana inicial impidiendo agregar el producto. No obstante, las imágenes N°21 y N°22 registran que en el momento de dar clic sobre la palabra "si", se habilita de manera inmediata el botón de "ir a pagar". Así mismo, la imagen N°23 muestra cómo al darle clic a esta última opción se despliega la ventana del checkout para efectuar el pago sin que en ningún momento durante todo el procedimiento registrado se establezcan mecanismos realmente efectivos y tendientes a validar si en realidad quien está realizando el pedido es o no mayor de edad.

En la misma línea, debe señalarse que el ejercicio de verificar qué ocurría con cada una de las opciones desplegadas por la plataforma fue realizado en la misma visita administrativa con otras bebidas alcohólicas y productos contentivos de tabaco, obteniendo los mismos resultados.

Por otro lado, se considera oportuno traer igualmente a colación algunos fragmentos del video allegado por la señora [REDACTED] que también sirvió de sustento al presente sub-cargo, así como algunos otros elementos aportados por la quejosa que permiten tener claridad sobre los hechos mencionados en el pliego de cargos:

Imagen N°24 (Captura de pantalla del registro del pedido de bebidas alcohólicas por parte de un menor de edad. Radicado 19-302676-0)

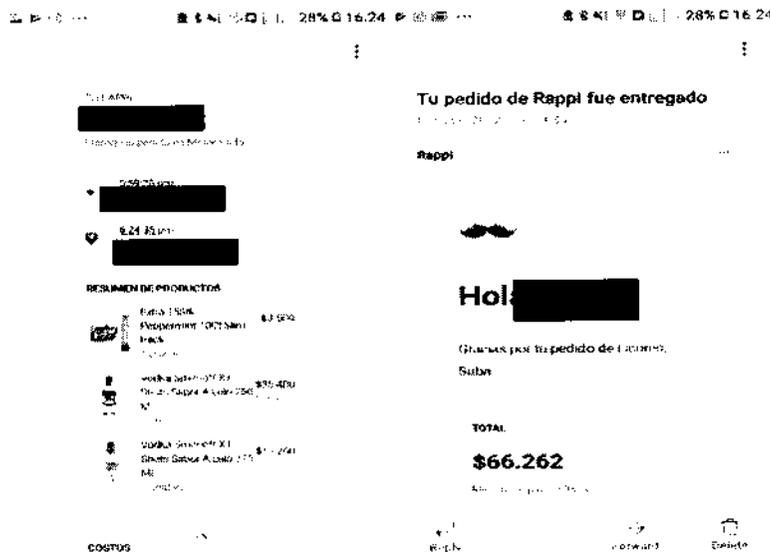


Imagen N°25 (Captura de pantalla video aportado por la quejosa; minuto 00:32 Radicado 19-302676-0)



La imagen N°24, contiene el registro del pedido realizado por el menor de edad, en la que se puede evidenciar la compra de dos bebidas alcohólicas vodka smirnoff sabor a lulo, en presentaciones de 750 y 375 ml. Así mismo, se puede observar que el pedido fue efectivamente entregado el 20 de octubre de 2019 por la rappitendera [REDACTED] a las 6:34 pm, y que la sociedad envió un mensaje de agradecimiento al consumidor por su compra en licores. A su turno, la imagen N°25, corresponde a un video del mes de octubre, captado en las cámaras de seguridad del edificio donde reside el adolescente. En este, se refleja el momento preciso en el que la rappitendera le hace entrega de dos

botellas de licor, de diferentes volúmenes, al menor de edad sin que, en ningún momento se pueda evidenciar que se le haya solicitado el documento de identidad para verificar si era mayor de 18 años.

Así las cosas, a partir de los medios probatorios señalados en precedencia, resulta evidente para esta Dirección que la plataforma de comercio electrónico permite realizar transacciones para la adquisición de bebidas alcohólicas a menores de edad. En este punto, se hace necesario mencionar que aunque esta entidad no desconoce la existencia de ciertas medidas tomadas por la investigada con relación a la comercialización de este tipo de productos a dicha población, como las traídas a colación por ésta en los anexos 4.1, 4.2., 4.3., 4.4., 4.5., 4.6, y 4.7. del radicado número 19-198723-9 del 22 de enero de 2020, no existe realmente un mecanismo idóneo y efectivo para validar que la compra no sea realizada por niños, niñas y/o adolescentes. Tan es así, que se logró evidenciar en el video de la quejosa un caso concreto en el que se realizó una venta y entrega de bebidas embriagantes a un menor de edad.

En ese sentido, frente al hecho de que en los términos y condiciones de la plataforma, de los botones y del uso de la plataforma virtual para el *rappitendero* (anexos 4.1, 4.2. y 4.6.) se señale que la adquisición de bebidas embriagantes está restringida a los mayores de edad, y que la sociedad no se hace responsable por el consumo de este tipo de productos por parte de niños, niñas y adolescentes, debe ponerse de presente que así mismo, en estos documentos la investigada establece en cabeza de sus *Rappitenderos*, personal a través del cual ejecuta su operación comercial, la obligación de verificar la mayoría de edad del usuario con su documento de identidad al momento de la entrega, so pena de supuestamente no hacerla efectiva, tal y como se muestra a continuación:

Imagen N°26. Enlace términos y condiciones de la plataforma. Anexo 4.1. (Radicado N°19-198723-9)

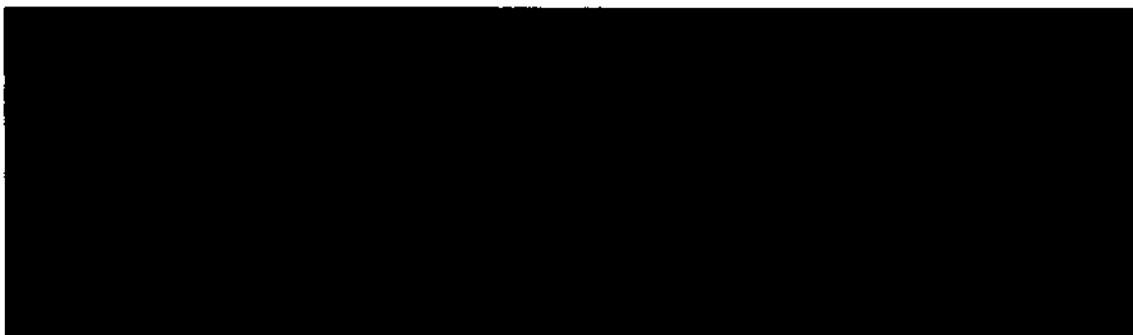
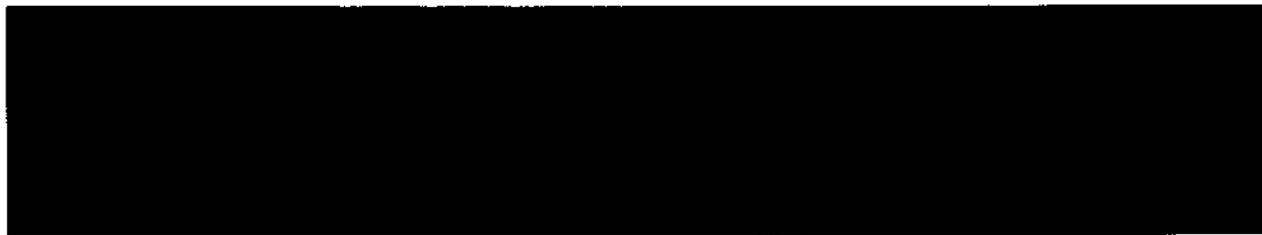


Imagen N°27. Enlace términos y condiciones botones. Anexo 4.2. (Radicado N°19-198723-9)

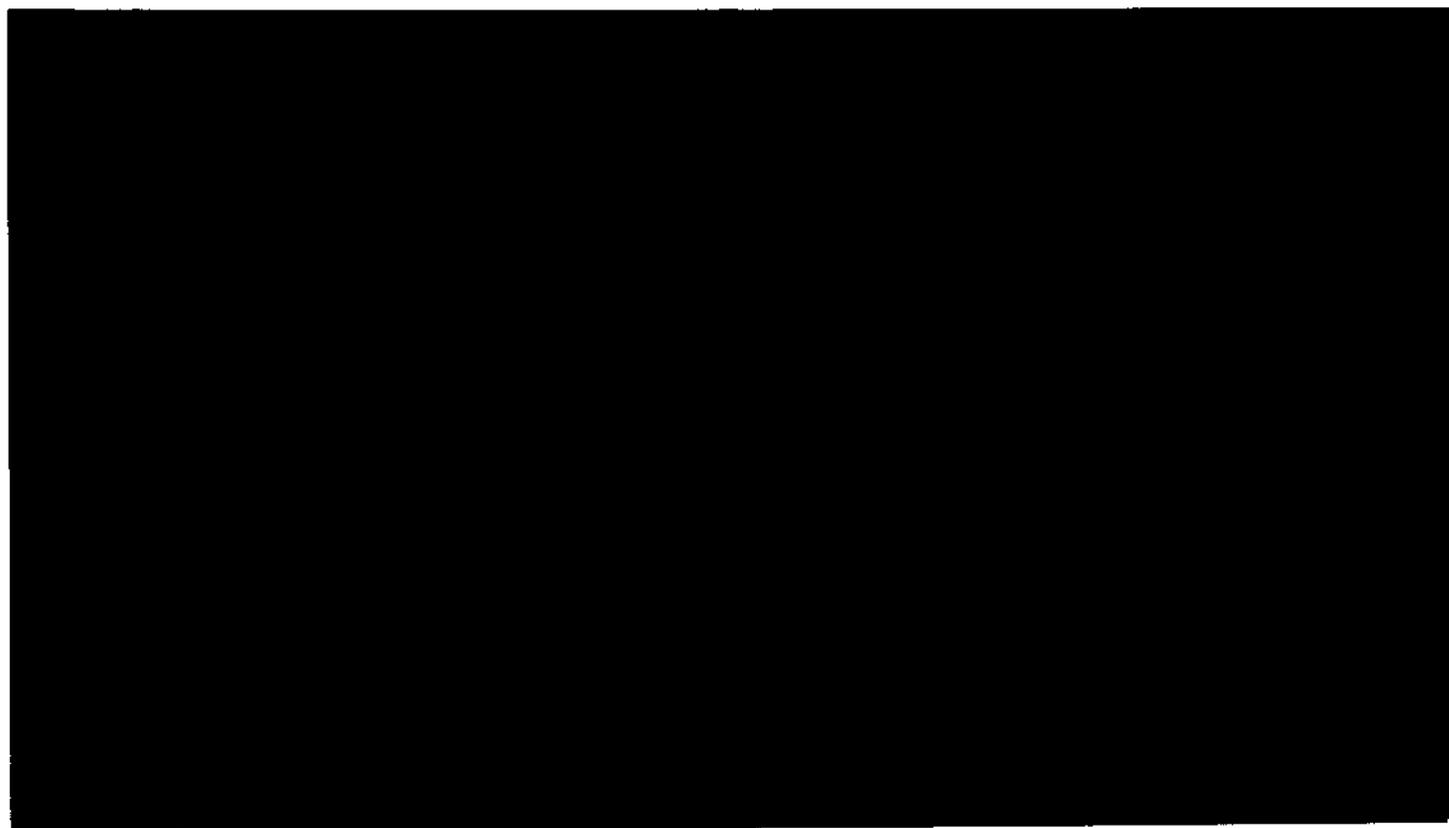


Imagen N°28. Enlace términos y condiciones de uso de la plataforma virtual - rappitendero. Anexo 4.6. (Radicado N°19-198723-9)



Lo mismo se advierte al reproducir el video aportado en el anexo 4.7. en el que consta el procedimiento de entrega de bebidas alcohólicas, en donde al parecer se le pide al *rappitendero* verificar el documento de identificación del consumidor para determinar si cumple con la edad requerida:

Imagen N°29. Verificación de edad. Anexo 4.7. (Radicado N°19-198723-9)



Sin embargo, a partir del video traído a colación por la quejosa con el número de radicado 19-302676-0 del 30 de diciembre de 2019, se encuentra demostrado que la investigada



Sobre este aspecto se hace necesario precisar que es el sujeto pasivo de la presente investigación administrativa el llamado a dirigir, actuar y comprometer su actividad en el comercio, en tanto los actos que éste ejecuta o deja de realizar producen un impacto directo en su esfera jurídica por lo que es este el responsable de velar porque en el desarrollo de su operación los *Rappitenderos*, figura fundamental e indispensable en el giro ordinario de sus negocios, cumplan con las medidas y protocolos necesarios en aras de evitar la adquisición de productos embriagantes por parte de menores de edad.

En ese orden de ideas, aun cuando se cuente con determinada medida, si esta no es aplicada por quienes desarrollan la operación de la investigada, ha de llegarse ineludiblemente a la conclusión de que en efecto, el sujeto pasivo no garantiza que los niños, niñas, y adolescentes no adquieran bebidas embriagantes a través de su plataforma pues tal y como se ha venido anotando a lo largo de la presente resolución, la sociedad tiene una injerencia directa respecto del manejo de la figura de los *Rappitenderos*.

Tal conclusión se ve reforzada si se tiene en cuenta que, tal y como se constató en las imágenes N° 11, 12 y 13,

[REDACTED], por lo que es claro que esta medida tampoco es suficiente de cara a evitar que los menores de edad adquieran bebidas alcohólicas por vía de la aplicación de la investigada.

Con respecto a esta última circunstancia es necesario señalar que aun cuando en los videos traídos a colación por el sujeto pasivo en los anexos 4.4. y 4.5. del radicado número 19-198723-9 del 22 de enero de 2020, aportados por la investigada durante la averiguación preliminar, [REDACTED], lo cierto es que a partir de la visita administrativa analizada en precedencia, en consonancia con lo evidenciado en el video allegado por la quejosa, se pudo determinar que en algunos casos aun cuando quien realiza la compra es un niño, niña o adolescente, la plataforma permite acceder a este tipo de productos, llegando incluso hasta la entrega efectiva de los mismos.

De esta manera, una vez realizado el análisis de las pruebas obrantes en el plenario con respecto a este sub cargo, se pudo determinar que la investigada no garantiza que los menores de edad no tengan acceso a productos nocivos para la salud como bebidas embriagantes por lo que, teniendo en cuenta que la calidad se analiza, entre otros, a partir de las características inherentes al bien o servicio de que se trata, encuentra este Despacho que el sujeto pasivo incumplió lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, en la medida en que como condición propia de la entrega cuandoquiera que estén de por medio bebidas alcohólicas, está la de su restricción para los menores de edad. Situación que como ya se demostró, no fue cumplida por el sujeto pasivo de la presente investigación administrativa, por lo que, en consecuencia, probatoriamente el cargo está llamado a prosperar.

No obstante lo anterior, en aras de garantizar el derecho de defensa que le asiste a la investigada se procederá, a continuación, a abordar los argumentos expuestos en su escrito de descargos radicado con el número 19-198723-26 del 9 de junio de 2021, los cuales serán agrupados en dos categorías: i) Sobre la "Inexistencia de fallas de calidad en los Encargos relacionados con la compra de bebidas alcohólicas a menores de edad" y ii) sobre la "Ausencia de fallas en la calidad de los Encargos que facilita Rappi para la venta de bebidas alcohólicas, gracias a que implementa controles efectivos para restringir que Aliados Comerciales las vendan a menores de edad"

i) Sobre la "Inexistencia de fallas de calidad en los Encargos relacionados con la compra de bebidas alcohólicas a menores de edad":

En este punto, el sujeto pasivo indicó, a través de su apoderado, lo siguiente:

"(...) La explicación acerca de la real naturaleza de los servicios de Rappi se replica en la oferta de bebidas alcohólicas, dado que Rappi no comercializa ninguno de estos productos, así como ninguno otro vendido por los Aliados Comerciales. Por el contrario, son éstos quienes comercializan este tipo de productos y utilizan los espacios concedidos dentro de la Plataforma para anunciarlos.

Una vez más, dejando de lado la real naturaleza de sus servicios, la Dirección yerra al describir su objeto asegurando que 'evidencia una presunta falla de calidad sobre el servicio que presta RAPPI S.A.S., respecto de la venta y entrega de bebidas alcohólicas, por cuanto dicho servicio al parecer no garantiza que los menores de edad tengan acceso a este tipo de productos', es decir, a bebidas alcohólicas.

La supuesta falla de calidad endilgada, parte de una asunción incorrecta de que Rappi es el comercializador y anunciante de las bebidas alcohólicas que se venden a través de su Plataforma, cuando en la realidad su responsabilidad se limita a la puesta en contacto y consecuente encargo para la entrega de los productos. El Aliado es el expendedor del producto y, por ende, es quien asume las responsabilidades y obligaciones que la ley dispone en ese sentido.

Así pues, al haber incurrido nuevamente la Dirección en un error en la aproximación sobre los servicios de Rappi, replica esa equivocación en la definición de la calidad esperada en los mismos. Esto torna confusa la imputación en contra del investigado y, por consiguiente, hace complejo el ejercicio del derecho de defensa.

Por lo anterior, no resulta claro por qué considera la Dirección que la plataforma de contacto de Rappi falla en su calidad al posibilitarle a sus Usuarios la adquisición de bebidas alcohólicas con base en el artículo 6° de la Ley 1480 de 2011, más aún cuando a la luz de lo que será objeto de explicación más adelante, Rappi, empleando buenas prácticas empresariales, aplica medidas idóneas para la protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes para evitar que compren licor a los Aliados Comerciales.

Conforme lo expuesto, se evidencia una ausencia de objeto y fundamento en la imputación fáctica, por el hecho de que no se describen las razones por las cuales Rappi presuntamente 'falla' en la calidad de sus servicios cuyo objeto, conforme ha sido expuesto a lo largo de este escrito, es el de poner en contacto los consumidores con el comercializador de bienes y servicios, y a su vez permitirles conferirles un encargo a los repartidores para la entrega de lo adquirido, prestación que, de lo expuesto en la imputación del cargo N° 1, no se desprende situación alguna que dé muestra de una falla en su calidad.(...)"

Sea lo primero reiterar, sobre la verdadera naturaleza de los servicios prestados por la sociedad investigada, que de conformidad con el análisis efectuado en el numeral 27.1.2. de las consideraciones previas, esta Dirección ha logrado establecer en oportunidades anteriores y en esta, que su labor no se limita a actuar como portal de contacto sino que funciona como un verdadero proveedor de productos a través de su plataforma de comercio electrónico.

Así mismo, se tiene que tanto el proceso de adquisición como de entrega efectiva de los bienes adquiridos a través de la plataforma, incluyendo las bebidas alcohólicas, se da por parte de la sociedad investigada y no de los aliados comerciales por lo que no puede pretender desligarse de su responsabilidad y atribuírsela a estos últimos, cuando el control que se puede llegar a tener sobre la determinación de la edad y las medidas de control frente a este aspecto se realiza a través de la plataforma o de los Rappitenderos, como se ilustró en las imágenes N°26, 27, 28 y 29.

En ese sentido, no comparte este Despacho el argumento según el cual la imputación se torna confusa y dificulta el derecho de defensa del sujeto pasivo pues no es cierto, como lo pretende hacer ver el apoderado, que se haya incurrido en un yerro con respecto al modelo de negocio de la investigada y, por el contrario, resulta más que claro que las imputaciones fácticas endilgadas, incluyendo la de calidad, son atribuibles a la sociedad en tanto que actúa como proveedor de productos a través de su plataforma de comercio electrónico.

En ese sentido, la falla de calidad endilgada en este sub cargo no parte de ningún presupuesto incorrecto como lo pretende hacer ver el apoderado en su escrito de defensa, sino que obedece a los elementos previamente estudiados que dan cuenta justamente de que la responsabilidad del sujeto pasivo va más allá de la establecida para los portales de contacto y se extiende a las aplicables para las plataformas de comercio electrónico, por lo que resulta exigible la correcta aplicación de las normas de calidad que se encuentran previstas en la Ley 1480 de 2011.

En la misma línea, y aunque el argumento será abordado más adelante, cabe destacar desde ya que de conformidad con lo analizado en la parte probatoria, esta Dirección no desconoce la existencia de medidas tomadas por la investigada. Sin embargo, se logró determinar que en ocasiones las mismas no se hicieron efectivas, tal y como sucedió en el caso del menor de edad cuya compra de licor quedó registrada en el video allegado mediante el radicado número 19-302676-0 del 30 de diciembre de 2019, configurándose así la trasgresión normativa aludida.

En ese orden de ideas, contrario a lo afirmado por el sujeto pasivo, no existe una ausencia de objeto ni de fundamento en lo que atañe a este sub cargo, en tanto que la labor de la investigada no se limita a facilitar el contacto entre los consumidores y los comercializadores pues es precisamente a través de su plataforma electrónica que se perfecciona la relación de consumo, de la cual obtiene sus ganancias, por lo que el argumento esgrimido no puede ser de recibo por este Despacho.

ii) Sobre la "Ausencia de fallas en la calidad de los Encargos que facilita Rappi para la venta de bebidas alcohólicas, gracias a que implementa controles efectivos para restringir que Aliados Comerciales las vendan a menores de edad":

Al respecto, el apoderado de la investigada señaló:

"(...) Asegura la Dirección que Rappi faltó a su deber de garantizar la calidad en sus servicios respecto de la venta de licor, 'por cuanto, dicho servicio al parecer no garantiza que los menores de edad no tengan acceso a este tipo de productos'. Dejando de lado el error en la definición de la naturaleza del servicio y consecuente calidad esperada en el mismo, lejos de asumir una actitud irresponsable frente a la aplicación de esas garantías, Rappi, en seguimiento de sus buenas prácticas empresariales, ha aplicado una serie de medidas para evitar que los responsables de esa prohibición, no les vendan licor a menores de edad.

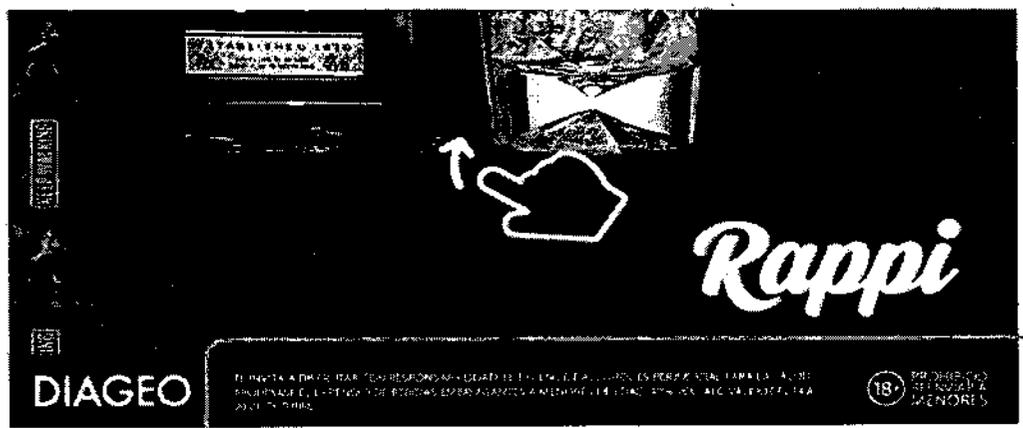
Previo a describir una a una las medidas aplicadas por Rappi para evitar la venta de licor a menores de edad, debemos recalcar que la Plataforma no comercializa este tipo de productos, siendo una actividad reservada exclusivamente a los Aliados Comerciales.

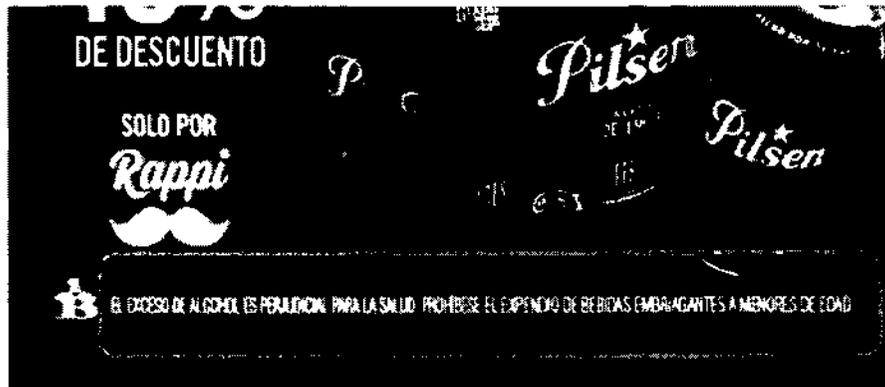
La primera medida tomada por Rappi es hacer explícito con base a sus deberes de información la prohibición de expendio de bebida alcohólicas a menores de edad. Se muestra a continuación la forma en la que la información acerca de esta prohibición es transmitida a través de los Términos y Condiciones de Uso de la Plataforma Rappi (Descripción de los Productos y Servicios) que todos los Usuarios aceptan previo a utilizar sus servicios:

Los productos de uso restringido, como tabaco y bebidas embriagantes, solo podrán ser adquiridos por el Mandatario, en virtud del encargo realizado por consumidores que cuenten con mayoría de edad, quienes manifiestan expresamente esta calidad al momento de registrarse en la plataforma o de seleccionar el producto. En caso de no cumplir con esta obligación, el Mandatario no entregará el producto y en el evento de haber pagado por el producto, deberá solicitar la devolución de su dinero. En el evento de haber solicitado junto con los productos de uso restringido otros de diferente calidad e igualmente se incumpla la obligación acá descrita, aplicarán las mismas consecuencias jurídicas aquí definidas, pero solo en relación con los productos de uso restringido.

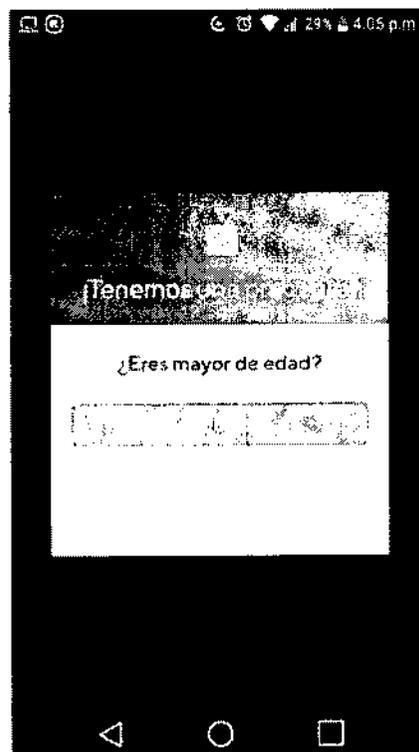
Lo anterior, además de ser una pieza de información, es una disposición contractual que rige la utilización de la Plataforma y representa una obligación en cabeza del Usuario de respetar la regla impuesta para la adquisición de bebidas alcohólicas. Adicionalmente en la publicidad de productos de los Aliados Comerciales, es obligatorio para ellos la inclusión de leyendas de prohibición de venta a esta población en todos los mensajes y piezas publicitarias.

Se muestran a continuación algunos ejemplos:





Estas medidas también vienen acompañadas de la verificación de la mayoría de edad de quien utiliza la Plataforma para hacer una orden de pedido, lo cual se realiza tal como lo muestra la siguiente imagen que arroja la Plataforma al momento en el que se pretende hacer la compra de licor:



Se allegan adicionalmente los Videos de Demostración acerca de cómo es en la práctica el proceso de compra de alcohol a través de la Plataforma, y la manera en la que, de no superarse el control de edad, simplemente la compra del producto es detenida.

En consonancia con las medidas descritas, Rappi, además, realiza la entrega constante de información a los Rappitenderos acerca de la manera adecuada de realizar la entrega de bebidas alcohólicas. Esta información es entregada a estos a través de la misma aplicación, entre la que se encuentran los controles aplicables para verificar que quien recibe el producto sea efectivamente un mayor de edad. Se allega igualmente el Video Demostrativo del proceso que atienden los Rappitenderos para cumplir con encargos de entrega de licor. Allí, como

podrá observar la Dirección, para la entrega del producto, se agota un control de verificación de la edad de quien recibe la orden.

Estas medidas puestas en práctica por Rappi son el reflejo de que, a pesar de que no es su obligación, cuenta herramientas para velar porque los Aliados Comerciales y los Rappitenderos que asumen los encargos, no participen en el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad.

Naturalmente, las medidas aplicadas por Rappi para evitar la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad, son materializadas en un entorno que, a la luz de la normatividad de protección al consumidor, son ventas a distancia, es decir, sin la presencialidad de su comprador, por lo que resulta imposible e inviable exigirle a una Compañía como Rappi, que no es comercializador y que provee servicios de portal de contacto, aplicar medidas como si fuera el vendedor de las mismas o como si fuera el que adelantara ventas de manera presencial.

Una interpretación de esta naturaleza simplemente resulta incompatible con la naturaleza jurídica de Rappi y con la modalidad tipificada en la ley de ventas a distancia que realizan los Aliados Comerciales, tales como la que estos celebran con los Usuarios que adquieren sus bienes y servicios utilizando la Plataforma.

Además, tampoco resulta válido sostener que las medidas de Rappi no son suficientes para procurar el cumplimiento de la prohibición por parte de los Aliados Comerciales y Rappitenderos, más aún cuando los verdaderos obligados son los vendedores de estos productos y no el portal de contacto.

Del mismo modo también queremos destacar que la responsabilidad de que un menor no consuma bebidas embriagantes en Colombia, no puede recaer única y exclusivamente en la plataforma de contacto en la que estos productos son exhibidos, pues de conformidad con la legislación, el ejercicio de las responsabilidades frente a menores de edad, como, por ejemplo, el no consumo de bebidas embriagantes por parte de esta población, es una responsabilidad principalmente de sus padres y familiares, para luego escalar este deber en la sociedad y el Estado (Artículos 15 y 20.3 del Código de Infancia y Adolescencia – Ley 1098 de 2006).

Con base en esta interpretación, no hay asidero legal en descargar la totalidad de la responsabilidad, que originariamente está en cabeza de los padres y familiares del menor, en el actor que ni siquiera vende los productos sobre los que recae la acusación, sin que se les exija a los verdaderos llamados a garantizar esa prohibición, es decir, a los acudientes del menor.

No obstante lo anterior, se reitera una vez más que Rappi, sin ser el sujeto obligado a atender de forma directa la prohibición de comercialización de bebidas alcohólicas a menores de edad sino un portal de contacto en los términos del artículo 53 del Estatuto, de todas maneras, aplica las medidas que están a su alcance para velar por el respeto de esta prohibición, las cuales se acompañan en las transacciones que se realizan a través de la Plataforma.

Con base en lo expuesto, contrario a lo que parece exponer la Dirección, Rappi sí implementa controles con el objetivo de evitar la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad, de tal manera que no es dable inferir una falta de calidad en el verdadero objeto de sus servicios, el cual es la facilitación para el perfeccionamiento de un encargo para la adquisición de estos productos.(...)"

Al respecto, debe ponerse de presente que de conformidad con el análisis probatorio consignado en precedencia, esta Dirección encontró que aunque la investigada dispuso algunas medidas de control, las mismas no fueron aplicadas por lo que, en consecuencia, se evidenció una vulneración a la normativa descrita.

Cabe mencionar que en dicho numeral no solo fueron analizados los videos de la quejosa y del registro de la visita administrativa realizada por esta Autoridad, sino que fueron tenidos en cuenta cada uno de los anexos aportados por el sujeto pasivo mediante el radicado número 19-198723-9 del 22 de enero de 2020,

[REDACTED], los cuales fueron nuevamente traídos a colación en su escrito de defensa.

Sin embargo, una vez valoradas las pruebas obrantes en el plenario, se llegó a la conclusión de que no obstante la existencia de las medidas referenciadas en sus descargos, si las mismas no son aplicadas y más aún si termina produciéndose la entrega efectiva de este tipo de bienes a un menor de edad, claramente se presenta una vulneración normativa, toda vez que la entrega de estos tiene como característica inherente la restricción frente a su adquisición por parte de niños, niñas y adolescentes, la cual no fue cumplida por el sujeto pasivo.

De esta manera, los videos ilustrativos y las imágenes referentes a los términos y condiciones y a la pregunta "*¿Eres mayor de edad?*" que ya fueron analizados, de ninguna manera tienen la virtualidad de desdibujar o de subsanar el incumplimiento ya demostrado.

Lo mismo ocurre con las piezas publicitarias traídas a colación en el escrito de defensa, toda vez que el hecho de incluir leyendas sobre la prohibición de la venta de bebidas embriagantes a menores de edad, no elimina la entrega que fue realizada por la *rappitendera* al adolescente, y que quedó consignada en la imagen N° 15 de esta resolución.

En la misma línea, el hecho de brindar información constante a los "*rappitenderos*" sobre la forma en que deben hacer entrega de las bebidas alcohólicas, tampoco resulta ser una medida efectiva pues más allá de señalarla en los términos y condiciones, se evidencia que estos no velan porque la entrega no se realice a menores de edad.

Aunado a lo anterior, y en lo que tiene que ver con la imagen de la pregunta "*¿Eres mayor de edad?*", debe reiterarse que de conformidad con lo evidenciado en la visita administrativa del 13 de enero de 2020, registrada con el consecutivo número 19-198723-6, al hacer clic sobre la palabra "*si*", la plataforma permite realizar la transacción sin ningún inconveniente pese a que quien lo solicite pueda ser un menor de edad.

Por otro lado, debe aclarársele a la investigada que no es cierto que no sea su obligación ejecutar medidas tendientes a cumplir con la restricción de la venta de estos productos, toda vez que como ya se ha indicado, en la realidad opera como un verdadero proveedor de productos a través de su plataforma de comercio electrónico y no como un simple facilitador del contacto, por lo que le atañen todas las obligaciones legales del Estatuto del Consumidor.

Finalmente, y en cuanto al argumento según el cual la responsabilidad frente al consumo de bebidas alcohólicas no puede descargarse en su totalidad en la investigada toda vez que recae sobre los padres de familia, debe señalarse que aunque es cierto que a estos últimos les atañe deber de custodia, no es menos cierto que a la sociedad investigada, en su calidad de proveedor de productos a través de su plataforma de comercio electrónico le asiste el deber de evitar la **adquisición** de este tipo de bebidas por parte de menores de edad. Es decir, no se está tratando de poner en cabeza de la investigada el deber de custodia, sino que se le reprocha el incumplimiento de un deber legal cual es el de garantizar que la venta de dichos productos no llegue a los niños, niñas y adolescentes, deber que sí le compete de conformidad con lo establecido en la Ley 1480 de 2011 y demás normas concordantes.

En ese orden de ideas, teniendo en cuenta que hace parte de la calidad el cumplimiento de las características inherentes y atribuidas al bien o servicio de que se trata, este Despacho encuentra demostrada la infracción a lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, en lo que atañe a esta sub imputación por cuanto la investigada no garantiza que los menores de edad no tengan acceso a productos nocivos para la salud, como son las bebidas embriagantes, siendo que tal restricción es inherente al servicio. De esta manera, y teniendo en cuenta que el sujeto pasivo no alegó ni probó causa extraña que justificara su actuar, este sub cargo está llamado a prosperar por lo que habrá que imponerse la sanción administrativa a la que haya lugar.

27.3.3. Consideraciones frente a los argumentos expuestos por el tercero interesado.

Aunado a los argumentos trascritos en las consideraciones previas, el tercero interesado, a través de su escrito de alegatos de conclusión allegado con el número de radicado 19-198723-51 del 7 de diciembre de 2021, señaló:

"(...) d. RAPPI debe asumir las consecuencias del incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011

La SIC persigue que RAPPI establezca medidas que procuren la calidad del servicio de domicilio, que como se ha referido anteriormente, comprenden que la entrega se haga con apego a lo dispuesto en la normativa vigente. Lo anterior, es consistente con lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011. Por tanto, no es aceptable que RAPPI se intente escudar frente a esta imputación fáctica en su modelo de negocio, porque con todas las ficciones jurídicas que pueda crear, está claro que ofrece el servicio de domicilio por intermedio de Rappitenderos que deben asegurar la entrega debida y en buena calidad del bien adquirido por el consumidor. Esta entrega debida comprende el cumplimiento de las normas que prohíben el expendio y la entrega de bebidas alcohólicas a personas menores de dieciocho (18) años. Por tanto, RAPPI debe asumir las consecuencias de este incumplimiento, y no decir que no le era exigible otra conducta, que ha hecho entrenamientos adecuados, o que lo ocurrido es responsabilidad de los padres del menor de dieciocho (18) años. Está bien que forme adecuadamente a sus Rappitenderos en el cumplimiento de las normas, y que asuma las consecuencias de la calidad de la conducta de sus mandatarios como ocurre en otros eventos, tales como el extravío o el daño del bien adquirido.

Por último, es necesario anotar que la imputación formulada por la SIC a RAPPI es enteramente consistente con el principio de corresponsabilidad consagrado en el inciso segundo del artículo 44 de la Constitución Política que establece que: «la familia, la sociedad y el Estado tienen la obligación de asistir y proteger al niño para garantizar su desarrollo armónico e integral y el ejercicio pleno de sus derechos». El cuidado y la protección de la niñez y la adolescencia es un asunto de todos. Por tanto, no es posible argüir que en el presente caso la responsabilidad debe ser atribuida enteramente a los padres, cuando hubo prohibiciones específicas que incumplió la RAPPI como entregar bebidas alcohólicas a un adolescente de quince (15) sin hacer verificación de edad. Debido a lo anterior, resulta manifiesto que RAPPI incumplió su obligación de garantizar la calidad, idoneidad y seguridad de sus servicios y debe ser sancionada por ello.(...)»

Sobre el particular esta Dirección debe manifestar que de acuerdo con lo estudiado en el acápite probatorio, así como en las consideraciones previas con respecto al modelo de negocio que emplea la investigada, se logró determinar que en efecto, ésta tiene a su cargo la efectiva distribución y entrega de los bienes adquiridos a través de su plataforma electrónica, en la cual se consuman las relaciones de consumo y por la cual obtiene sus comisiones. En ese sentido, esta Autoridad considera que le asiste razón al tercero interesado al indicar que le corresponde a la investigada, a través de sus Rappitenderos, figura a través de la cual gestiona toda su operación comercial, la obligación legal de propender por la calidad de los bienes y servicios que pone a disposición del consumidor en su aplicación incluyendo, por supuesto, todo lo relativo a las restricciones para la adquisición de bebidas alcohólicas por parte de niños, niñas y/o adolescentes.

Así mismo, de conformidad con lo señalado en el análisis de los argumentos expuestos por el sujeto pasivo, concuerda esta Dirección con el tercero interesado en el sentido de indicar que aun cuando la responsabilidad de custodia corresponde a los padres de familia, existen una serie de obligaciones en cabeza de otros actores de la sociedad para proteger a los menores de edad. En ese sentido, el hecho de que parte de la responsabilidad recaiga sobre los padres de familia no desdibuja que según la normativa los niños, niñas y adolescentes cuando actúen en su calidad de consumidores deben ser protegidos por los productores y proveedores, situación que se configura como uno de los principios orientadores del Estatuto del Consumidor según lo dispuesto en su artículo 1°, así:

"ARTÍCULO 1o. PRINCIPIOS GENERALES. Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente a:

1. La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad.

(...)

5. La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y la Adolescencia. (Destacados fuera de texto)

27.3.5. Así las cosas, una vez analizadas las pruebas, en contraste con los argumentos esgrimidos tanto por la investigada como por el tercero interesado, así mismo, teniendo en cuenta que aquella no alegó ni probó causa extraña que justificara su actuar, este Despacho encuentra demostrada la infracción a lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011 por fallas en la calidad del servicio en relación con i) rappifavor ii) cancelaciones, no entrega, entrega incompleta o en mal estado, entrega de un producto diferente al solicitado e inconvenientes con el cobro de los pedidos; iii) demoras en los tiempos de entrega de los pedidos iv) inconvenientes en los pedidos trascurridos durante la celebración del día de la madre y; v) el acceso a productos nocivos por parte de menores de edad. En consecuencia, el presente cargo está llamado a prosperar y se impondrá la sanción a la que haya lugar.

27.3.6. Conclusiones frente a la imputación fáctica N°1:

En atención a lo expuesto, esta Dirección considera probada la vulneración a lo dispuesto en el artículo 6 de la ley 1480 de 2011, en la medida en que las expectativas de los consumidores resultaron defraudadas de cara a las características inherentes y atribuidas a los bienes y servicios que ofrece la investigada. Esto, por cuanto se pudo evidenciar la existencia de fallas relacionadas con:

- i) Cancelaciones, inconvenientes en el cobro e incidentes con los repartidores por doble cobro (pago electrónico y pago en efectivo), no entrega, entrega equivocada, entrega incompleta o entrega en mal estado del pedido, no aplicación de promociones ni de pagos con "Rappicréditos" y pérdida de productos que se envían con ocasión del servicio de rappifavor.
- ii) Cancelaciones, no entrega, entrega incompleta o en mal estado, entrega de un producto diferente al solicitado e inconvenientes con el cobro con ocasión de los pedidos de productos realizados en la plataforma de comercio electrónico.
- iii) Demoras en los tiempos de entrega de los pedidos
- iv) No entrega, entrega incompleta, entrega de un producto diferente al solicitado, cancelación del pedido por parte de RAPPI luego de haber debitado el valor del pedido e imposibilidad de hacer pedidos, con ocasión de la celebración del día de la madre de 2020.
- v) Acceso a productos nocivos por parte de menores de edad.

En ese orden de ideas, se encuentra que cada uno de los sub cargos que componen la imputación fáctica se encuentran llamados a prosperar por inobservancia de lo dispuesto en el artículo 6 del Estatuto del Consumidor y, en consecuencia, se impondrá la sanción a la que haya lugar, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011.

27.4. Frente al 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 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio.-Imputación fáctica N°2- .

27.4.1. Generalidades en torno a la información y la publicidad engañosa.

En este cargo, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor le imputó una presunta responsabilidad al sujeto pasivo, por considerar que con su conducta podría configurarse una vulneración a lo que establece los artículos 23, 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo establecido en el numeral 2.1.2.4 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio. De esta manera, esta Autoridad procederá al análisis de la presente imputación fáctica, frente a la conducta de la investigada, los argumentos expuestos, y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normativa.

Al respecto resulta importante destacar que el numeral 1.3 del artículo 3° de la Ley 1480 de 2011, establece de manera explícita que los consumidores tienen derecho a obtener información respecto

de los productos o servicios que se ofrezcan en el mercado y, así mismo, define que la información debe ser completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea.

Asimismo, el derecho de los consumidores consagrado en la normativa previamente citada, se traduce una obligación correlativa por parte de los productores y proveedores, que se encuentra contenida en el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011, el cual dispone que éstos deberán suministrar a los consumidores información, clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que ofrezcan.

Si bien, estas características no se encuentran definidas en el Estatuto del Consumidor, las mismas pueden ser dilucidadas de la siguiente manera:

Información clara: Significa que la información debe ser inteligible, libre de obstáculos y fácil de comprender⁵³.

Información veraz: *"este elemento se refiere a la realidad y certeza de la información, implica que debe estar ajustada a la realidad, además que debe ser cierta y comprobable. Así las cosas, debe existir correspondencia entre los atributos que se ofrecen respecto del bien y los que efectivamente se otorgan al consumidor"*.⁵⁴

Información suficiente: La información que el productor o proveedor debe brindar al consumidor debe incluir todas las características relevantes que puedan incidir en la decisión de compra o adquisición del producto o servicio. Ello no significa que deba incluirse la mayor cantidad posible de información, sino la suficiente⁵⁵ para que el consumidor pueda entender con claridad los aspectos que rodean su decisión de consumo⁵⁶.

Información oportuna: Implica que la información se dé en el momento adecuado, *"cuando el consumidor la necesite, de tal forma que una información extemporánea puede alterar la capacidad de decisión del consumidor (...)"*⁵⁷.

Información verificable: El carácter *"verificable"* de la información indica la posibilidad de que esta pueda ser contrastada para corroborar su veracidad.

Información comprensible: Esto significa que la información debe ser presentada de tal manera, que los consumidores puedan entender sin mayores elucubraciones, las características del producto o servicio que se les ofrece.

Información precisa: La información debe ser concreta, exacta y corresponder directamente con el producto o servicio al cual hace referencia.

Información idónea: El concepto de idoneidad tiene que ver con la calidad y la relevancia de la información con relación a la naturaleza, la finalidad y la destinación del producto o servicio.

Por otra parte, debe ponerse de presente que la información relativa a los bienes y servicios que se pongan a disposición del consumidor puede ser suministrada a través de la publicidad, la cual es entendida, de conformidad con el numeral 12 del artículo 5° de la Ley 1480 de 2011, como *"toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo"*.

Así las cosas, es ésta el medio por excelencia que tienen los productores y/o proveedores para ofrecer sus productos con el fin de atraer la atención de los consumidores, lo que a su vez implica un incremento de la competencia y la garantía de libertad de empresa contenida en la Carta Política de 1991. En ese sentido, es menester hacer hincapié en que el mensaje que se transmite a través del anuncio publicitario debe corresponder a la realidad, ser verídico, y atender a los usos y prácticas

⁵³ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española <https://dle.rae.es/claro>

⁵⁴ Superintendencia de Industria y Comercio. Folleto "Guía General de Protección al Consumidor", Pág. 39.

⁵⁵ De conformidad con el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011.

⁵⁶ Robledo Pablo F., Ramírez Mónica A., Acuña Angélica A., Uribe Ana M. "Protección al Consumidor en Colombia, una aproximación desde las competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio". Pág. 136. Superintendencia de Industria y Comercio. 2017

⁵⁷ Villalva, J. "Introducción al derecho del Consumo", Universidad Militar Nueva Granada. Pág. 171.

usuales del comercio.

Sobre el particular, cabe señalar que la publicidad puede tener implícita información que va dirigida a un público determinado (los potenciales consumidores), con un fin específico diseñado y previsto por su anunciante y, en consecuencia, en ella pueden confluír afirmaciones subjetivas y objetivas. Las primeras, son aquellas *"contenidas en un anuncio, que, por la forma en que son presentadas al consumidor, dan la impresión de que el anunciante presenta declaraciones de parte, mediante las cuales intenta convencer de que se consume el producto anunciado o se adquiere el servicio promocionado"*⁵⁸. Las segundas, son entendidas como aquellas susceptibles de comprobación empírica, que pueden ser demostradas, contrastadas y verificadas a través de un método o herramienta específica y cuyo resultado no depende de la interpretación particular de los individuos.

Respecto a estas últimas, el artículo 29 de la Ley 1480 de 2011 señala que las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad obligan al anunciante, en los términos de la publicidad emitida. Esto, en la medida en que las mismas cumplen una función informativa tendiente a proporcionar al consumidor argumentos que lo guíen en su decisión de compra, por lo que afirmaciones objetivas capaces de inducir a engaño al consumidor están expresamente prohibidas, bien sea porque son literalmente falsas o bien porque a pesar de ser verdaderas, debido a la forma como son presentadas, distorsionan la realidad del producto ofrecido.

En otras palabras, la información objetiva que se trasmite a través de las piezas publicitarias, permite que los consumidores tomen decisiones de consumo fundadas en parámetros racionales, ya que estos confían en que la información suministrada sea verídica y verificada, por consiguiente, se hacen una expectativa de que el producto o servicio que adquiere cumple con los parámetros que se anuncian. Caso contrario, cuando los productores y proveedores no suministran información veraz y verificable, se afecta la confianza del consumidor no solo respecto el producto en concreto, sino también la confianza en el mercado. Por tal motivo, en aquellos eventos en los que la publicidad se puede tornar engañosa, esto es, cuando su mensaje no corresponda a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión⁵⁹, adquiere especial relevancia jurídica el control legal que se pueda ejercer sobre la misma.

Como consecuencia de lo anterior, el artículo 30 de la Ley 1480 de 2011 –Estatuto del Consumidor–, establece la prohibición de la publicidad engañosa y la responsabilidad del anunciante por los daños que se generen como consecuencia del uso de tal publicidad, salvo que éste pueda alegar en su defensa, alguna de las causales de exoneración, las cuales se encuentran dispuestas en el artículo 32 del mismo estatuto.

Al respecto, debe señalarse que para el análisis sobre la publicidad engañosa se valoran de manera conjunta todos los elementos que la integran. Así, a manera de ejemplo, y sin pretender que los que se anuncien abarquen la totalidad, deben tenerse en cuenta los textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, cualquier otra información contenida en ellas y, en especial, el mensaje transmitido que se construye a partir de los anteriores elementos enunciados. De igual manera, el estudio debe efectuarse a partir del contenido y significado común y usual que se le atribuiría a las palabras, frases y oraciones comprendidas en el anuncio, aunado a que se hace necesario verificar las particularidades y características de los productos ofrecidos, así como el tipo de publicidad utilizada⁶⁰.

En el caso de utilizar en un anuncio texto e imágenes, cuyas características anunciadas coinciden, el consumidor estará predispuesto a creer que el producto o servicio las posee. En consecuencia, resulta necesario que lo que se promueve, corresponda a la realidad, en cuanto a sus cualidades objetivas, con el fin que los consumidores adopten una adecuada decisión de consumo.

Por otra parte, el numeral 2.1.2.4. del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio establece que en la propaganda comercial que se realice

⁵⁸ INDECOPI, lineamientos sobre competencia desleal y publicidad 2001. Consultado en https://www.indecopi.gob.pe/documents/1902049/3770764/1350_CCD_LIN_Resolucion_001-2001-LIN-CCD-INDECOPI.pdf/efc36ecf-6fe1-696f-59bc-bc0ced80d8a1

⁵⁹ Numeral 13, Artículo 5, Ley 1480 de 2011.

⁶⁰ Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual Sala Especializada en Defensa de la Competencia RESOLUCIÓN 024-2009/SC1-INDECOPI EXPEDIENTE 072-2008/CCD.

sobre productos nocivos para la salud deberá advertirse claramente sobre su nocividad o peligrosidad e indicarse la necesidad de consultar las condiciones para su uso correcto y sus contraindicaciones.

En ese orden de ideas, este Despacho encontró mérito para iniciar investigación administrativa en contra de la sociedad, toda vez que del análisis preliminar de la publicidad aportada mediante el radicado número 19-198723-9 del 22 de enero de 2020, en contraste con la visita de inspección administrativa realizada a las páginas web: <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-deuso-de-plataformarappi-2/>, <http://www.rappi.com.co/> (redes sociales Instagram y Facebook), <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataformavirtual-rappitendero/> y <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones/>, realizada el 27 de abril de 2020, se encontró que posiblemente emitió publicidad de productos nocivos para la salud, como lo son las bebidas alcohólicas, sin advertirse de manera clara y suficiente sobre su nocividad o peligrosidad y sin indicarse la necesidad de consultar las condiciones para su correcto consumo y sus contraindicaciones, situación frente a la cual se podría configurar una información insuficiente que podría generar una publicidad engañosa.

27.4.2. Análisis probatorio del caso concreto.

En este apartado, este Despacho procederá a evaluar la publicidad cuestionada, a efectos de determinar si la información allí contenida cumple o no con los requisitos de claridad y suficiencia, y si la misma resulta engañosa a la luz de lo dispuesto en los artículos 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el numeral 2.1.2.4. del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia. Para tal efecto, se considera oportuno traer a colación tanto las piezas publicitarias aportadas por la investigada, como las registradas durante la visita en inspección efectuada por esta Autoridad, de la siguiente manera:

Imagen N°30. Publicidad Drink Friday. (Radicado N°19-198723-9)

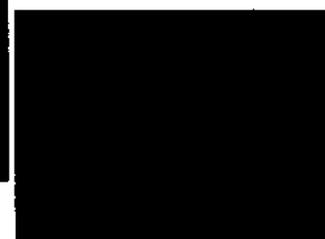
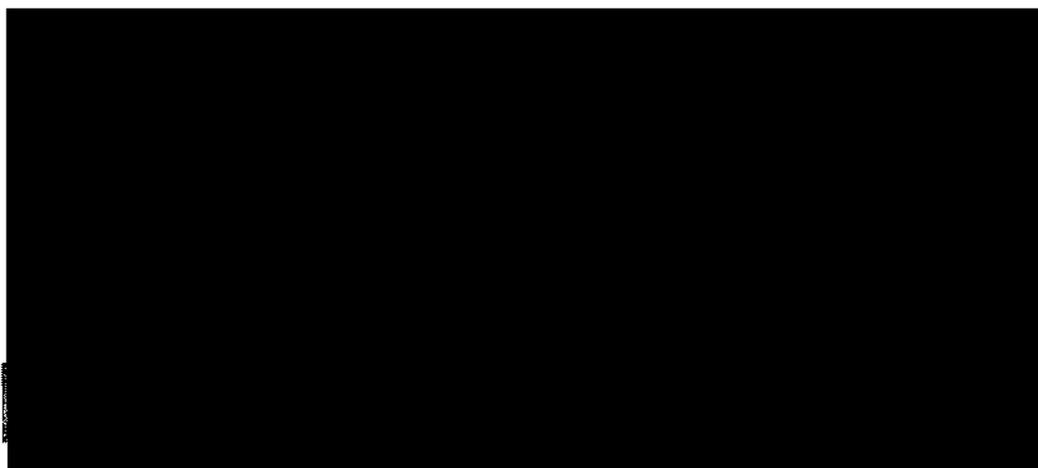


Imagen N°31. Publicidad producto 10% de descuento en Poker. (Radicado N°19-8723-9)

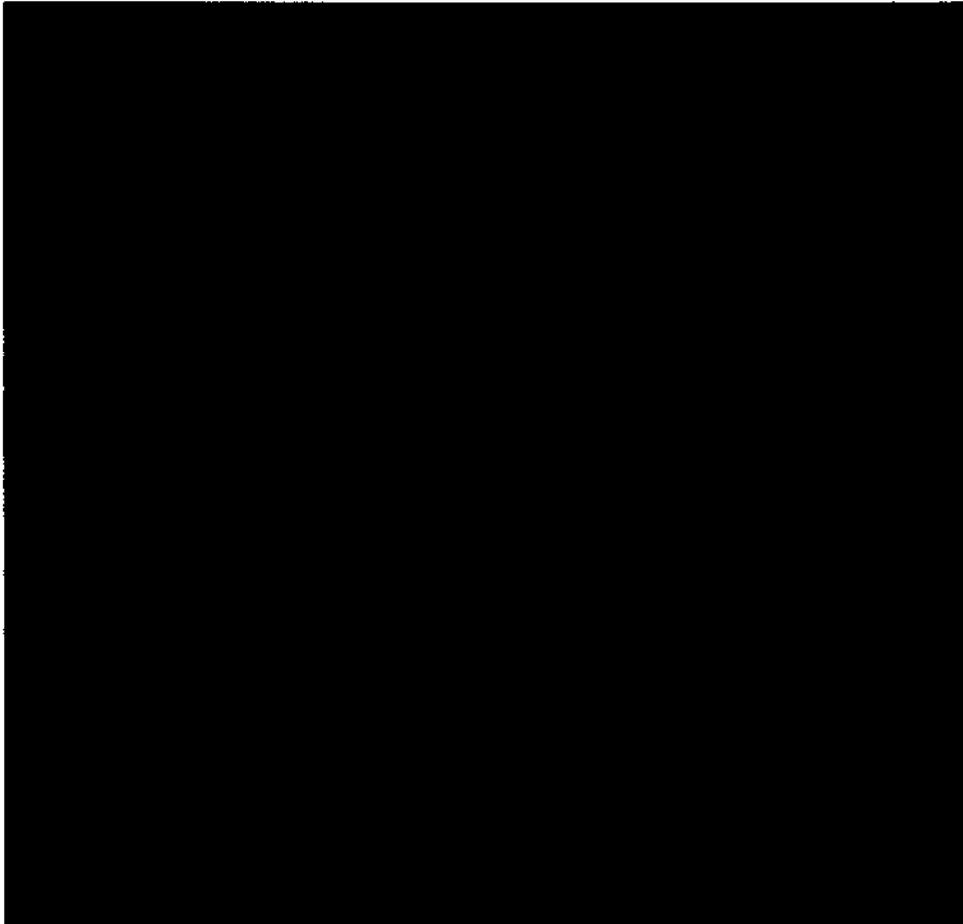


Imagen N°32. (Extracto visita red social Instagram; minuto 7:52. Radicado 19-198723-10)



Imagen N°33. (Extracto visita red social Instagram; minuto 7:54. Radicado 19-198723-10)

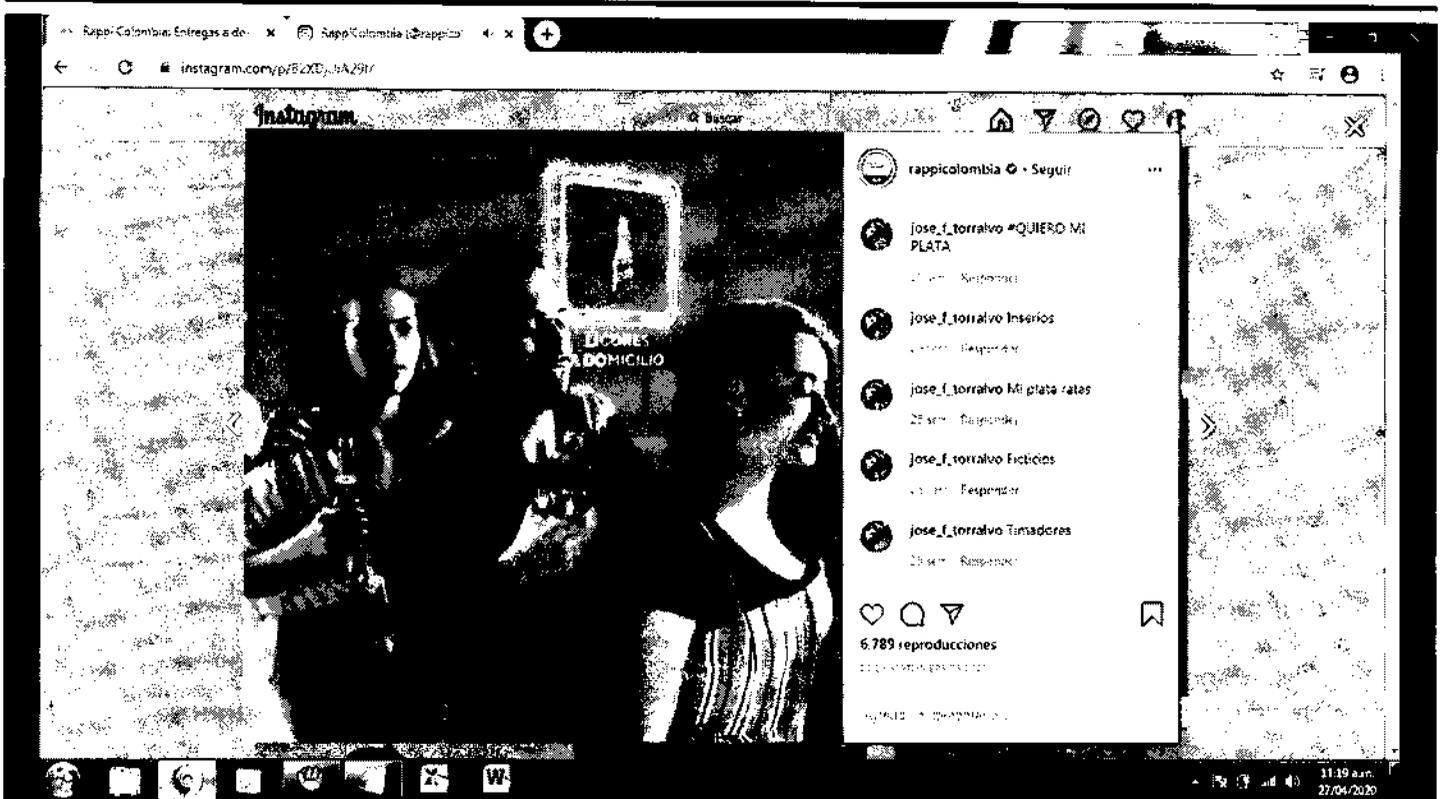
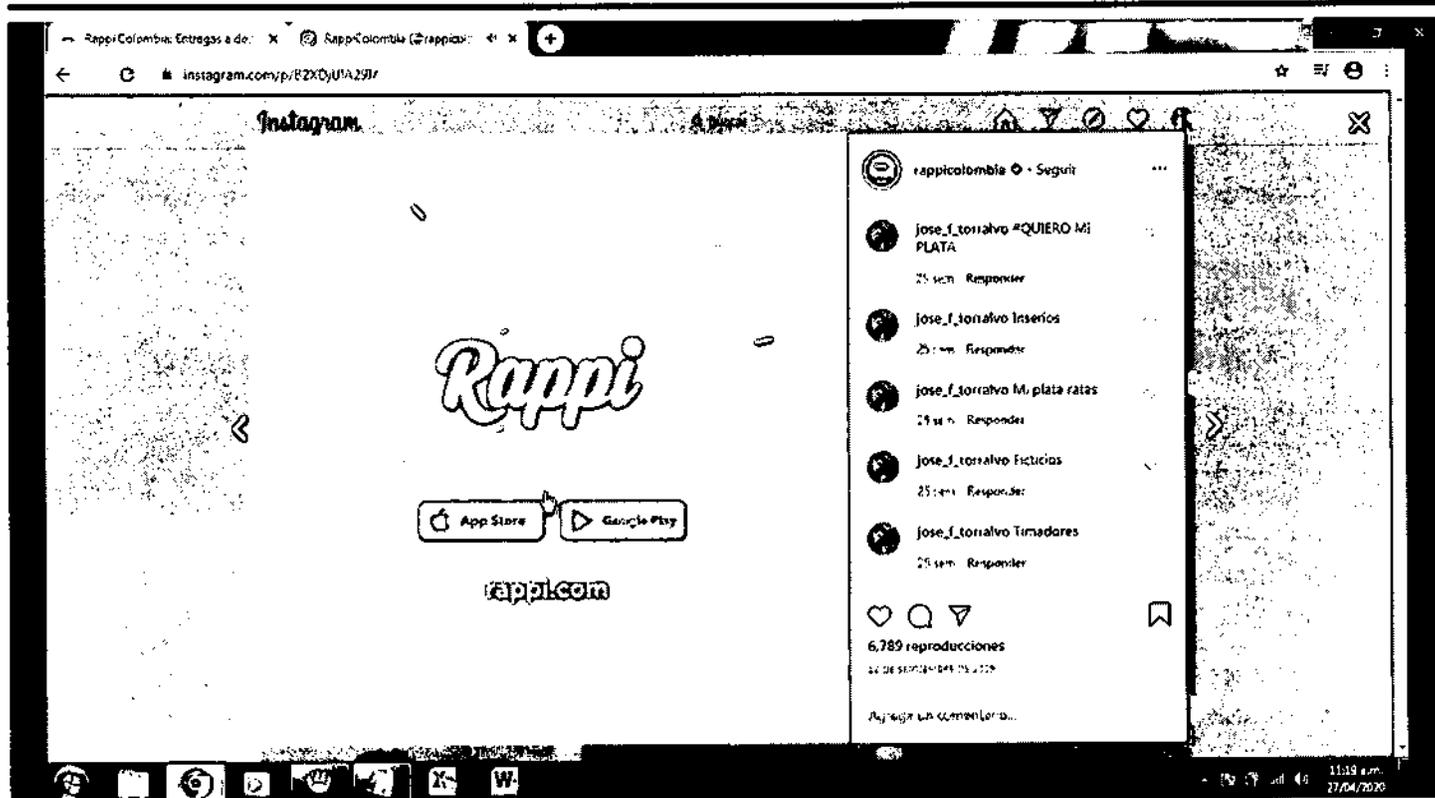


Imagen N°34. (Extracto visita red social Instagram; minuto 7:55. Radicado 19-198723-10)



La imagen N°30 muestra una pieza publicitaria en la que se da a conocer a los consumidores de una promoción denominada "Drink Friday. celebra el doble", en virtud de la cual se ofrecen descuentos de hasta el 20% para la compra de bebidas alcohólicas a través de la plataforma de la investigada. En esta, además de los elementos ya mencionados consta un aviso en el que se señala la aplicación de términos y condiciones generales de la promoción y se brinda un enlace para su consulta. No obstante, en ninguna parte del anuncio se puede observar indicación alguna sobre la necesidad de consultar las condiciones para el uso correcto de las bebidas, ni sus contraindicaciones.

Por su parte la imagen N°31 corresponde a un anuncio a través del cual la investigada da a conocer a los consumidores la existencia de un ofrecimiento en condiciones temporalmente más favorables del producto poker, en virtud de la cual se brinda un descuento del 10% para la adquisición de six-pack de dicha bebida. En esta, se puede advertir igualmente un link para consultar los términos y condiciones generales de la promoción, y una consigna indicando: "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud. prohíbase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad". Sin embargo, tampoco se puede evidenciar indicación sobre la necesidad de consultar las condiciones para el uso correcto de las bebidas, ni sus contraindicaciones.

A su turno, las imágenes N°32, 33 y 34 hacen parte de la visita administrativa realizada por esta entidad el 27 de abril de 2020. En estas, se puede observar capturas de un video publicitario publicado por la investigada en la red social Instagram, en la que se ofrece la entrega de licores a domicilio pese a lo cual, en ningún momento se hace referencia ni a la nocividad del producto, ni a la necesidad de consultar las condiciones para el uso correcto de las bebidas, ni sus contraindicaciones.

En ese orden de ideas, al valorar la integridad de los elementos que componen los anuncios en los que realiza el ofrecimiento de productos nocivos para la salud a través de su plataforma, resulta evidente para esta Dirección que esta omitió incluir dentro los mismos, la advertencia sobre la nocividad del producto, así como la necesidad de consultar las condiciones para el uso correcto de las bebidas, y sus contraindicaciones.

De esta manera, se advierte que la información suministrada a través de las piezas publicitarias analizadas en precedencia no fue suficiente, en tanto que no incluyó todas las características relevantes que pueden incidir en la decisión de compra o adquisición del producto, en este caso, la relacionada con las consecuencias nocivas de las bebidas alcohólicas.

En la misma línea, se encuentra que la información no fue clara, en la medida en que a partir de los elementos allí consignados no es fácil de comprender para un consumidor que el producto es nocivo

y que debe remitirse a las condiciones para el uso correcto del producto y para efectos de conocer sus contraindicaciones, de forma que el consumidor no puede tener un conocimiento libre de obstáculos sobre este aspecto que rodean su decisión de compra.

Así pues, se advierte una vulneración a lo dispuesto en el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011, por cuanto los anuncios publicitarios no cumplieron con las características allí establecidas para la información, toda vez que los elementos allí dispuestos no fueron claros ni suficientes para que el consumidor pudiera tomar la decisión de consumo con el conocimiento de la nocividad del bien y de sus contraindicaciones.

A su turno, dicha omisión se configuró como una infracción al numeral 2.1.2.4 del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, en la medida en que la propaganda comercial emitida con respecto a los productos nocivos debe contener los elementos previamente mencionados pese a lo cual, la investigada incumplió dicho requisito.

En ese sentido, la publicidad analizada se tornó engañosa, en la medida en que los anuncios emitidos con el fin de atraer la atención de los consumidores y orientarlos hacia la decisión de compra de bebidas alcohólicas, omitieron información necesaria para la adecuada comprensión de la propaganda comercial, particularmente lo relativo a la nocividad de estos productos y a la necesidad de consultar las condiciones para su uso correcto y contraindicaciones. En ese sentido se observa que las condiciones objetivas incorporadas en los anuncios, así como la totalidad de elementos que los componen, resultaron insuficientes para que el consumidor conociera las implicaciones del bien que se ofrece, pudiendo inducirlo en error, por lo que se configura una infracción a los artículos 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011.

Así las cosas, a partir de los medios probatorios analizados encuentra esta Dirección que en efecto la investigada incurrió en una infracción a lo dispuesto en los artículos 23, 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el numeral 2.1.2.4. del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio por lo que en principio el cargo está llamado a prosperar, por cuanto la información consignada en los anuncios publicitarios analizados resultó insuficiente al omitir la información sobre la nocividad del bien, así como la necesidad de consultar sobre su uso correcto y contraindicaciones. No obstante, se aclara que a continuación serán examinados cada uno de los argumentos expuestos por el apoderado del sujeto pasivo en lo que atañe a la presente imputación, en aras de determinar si existe alguna circunstancia que lo pueda exonerar de la responsabilidad.

27.4.3. Consideraciones frente a los argumentos de defensa allegados por la investigada.

Sobre el particular, la investigada a través de apoderado, señaló en su escrito de descargos la inexistencia de elementos que apunten a un incumplimiento de la normativa señalada, por las siguientes razones:

"(...) 1.2.8. Inexistencia de elementos que apunten a un incumplimiento del artículo 23 de la Ley 1480 de 2011

*El artículo 23 le exige a los **productores o proveedores**, otorgar información mínima con respecto a los **productos que ofrecen**. Por ende, es importante resaltar que la obligación allí contenida recae sobre aquellos que producen o proveen un bien o servicio.*

Esto ha sido reconocido por la SIC en conceptos con radicado 16-180732--00002-0000, 13-103226--2-0 y 13-226704--00003-0000, que se han referido a la norma de la siguiente forma:

***'La citada norma establece obligaciones tanto para el productor como para el proveedor del producto (bien o servicio). Para el productor se generan las obligaciones de indicar las instrucciones que hacen posible la utilización y conservación del bien, así como, en el evento de que aplique, la cantidad, el peso o el volumen. Lo mismo ocurre con la fecha de vencimiento, en caso de ser procedente.'* (Negrilla fuera de texto).**

'La información mínima, la cual puede ser entregada a través de manuales de instrucciones, hace parte de la información que se suministra al consumidor y su

importancia radica en que los fabricantes cumplen con sus obligaciones de ley, además, pueden suministrar instrucciones y recomendaciones para la correcta utilización del bien y para su adecuado funcionamiento. (Negrilla fuera de texto).

Esto tiene sentido, pues son los productores o proveedores de los bienes o servicios quienes conocen de primera mano sus características y demás información que deben conocer los consumidores, así como los únicos que pueden otorgarla de forma clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea, en los términos del artículo 23 de la Ley 1480 de 2011.

En el caso concreto, la Resolución N° 82505 aduce un presunto incumplimiento del artículo 23 por parte de Rappi, pues, a juicio de esta Dirección, la empresa no proporciona la información mínima requerida sobre las bebidas alcohólicas que exhibe en su Plataforma.

Sin embargo, desconoce la Dirección que Rappi no puede ser catalogada como proveedora o productora de las bebidas alcohólicas en mención. Un productor es definido por el artículo 4, numeral 9, de la Ley 1480, de la siguiente forma:

'Quien de manera habitual, directa o indirectamente, diseñe, produzca, fabrique, ensamble o importe productos. También se reputa productor, quien diseñe, produzca, fabrique, ensamble, o importe productos sujetos a reglamento técnico o medida sanitaria o fitosanitaria.'

Por otra parte, un proveedor es definido en el artículo 4, numeral 11, de la ley en mención, así:

'Quien de manera habitual, directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos con o sin ánimo de lucro.'

Como plataforma de contacto, Rappi no provee ni ofrece bebidas alcohólicas en los términos de la ley. Como se ha mencionado anteriormente, el modelo de negocio de Rappi incluye permitir la exhibición de productos o servicios de Aliados Comerciales, para que los Usuarios de la plataforma, por medio del Rappitendero, puedan adquirirlos.

Teniendo en cuenta lo anterior, Rappi no está sujeta al cumplimiento de la obligación del artículo 23 con respecto a las bebidas alcohólicas, pues son los Aliados Comerciales los productores o proveedores de las mismas.

Cabe aclarar en este punto que Rappi no desconoce estar obligada al cumplimiento del artículo 23 de la Ley 1480 de 2011, frente a los productos o servicios que esta empresa presta autónomamente (la facilitación para el perfeccionamiento de encargos a través de su Plataforma). Sin embargo, este no es el caso de las bebidas alcohólicas. Por ende, el presunto incumplimiento del artículo 23 es inexistente en el caso concreto.

1.2.9. Inexistencia de elementos que apunten al incumplimiento de los artículos 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011

*Estas normas establecen las obligaciones relacionadas con la publicidad de productos o servicios, **en cabeza del anunciante**. Este es '...la persona o empresa, incluyendo publicistas, promotores de ventas y vendedores directos, que **por cuenta propia, o en cuyo nombre, se hace o divulga publicidad** comercial con el propósito de **promover sus productos o influir en el comportamiento del consumidor**.'*

En el caso concreto, la Resolución N° 82505 aduce que Rappi incumple con las disposiciones mencionadas, pues la publicidad de las bebidas alcohólicas presente en su plataforma o en redes sociales no contiene advertencias de nocividad, condiciones de uso ni contraindicaciones.

Sin embargo, es importante aclarar que, contrario a lo que parece entender esta Dirección, Rappi no es un anunciante de la publicidad mencionada, en los términos del Código de Publicidad y de Comunicaciones de Mercadeo de la ICC, reconocido por la SIC como una fuente válida para definir al 'anunciante'.

Lo anterior se debe a que Rappi no hace ni divulga publicidad por cuenta propia ni a su nombre para promover productos o influir en el comportamiento del consumidor con respecto a los mismos. Esto es una consecuencia lógica de que Rappi, como portal de contacto, no tiene

ningún interés en que los productos que exhibe sean efectivamente adquiridos en menor o mayor cantidad por parte del Usuario. Dicho interés se reputa de los Aliados Comerciales en su calidad de proveedores o productores.

En consecuencia, contrario a lo que se dice en la Resolución N° 82505, Rappi no es sujeto de la obligación expuesta en los artículos 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011 y, por ende, el presunto incumplimiento de los mismos resulta, por sustracción de materia, inexistente. Sin perjuicio de lo anterior, y con miras a otorgar mayor claridad, a continuación, se describe el funcionamiento de la exhibición de publicidad sobre los productos o servicios de los Aliados Comerciales, en la Plataforma.

En primer lugar, es importante aclarar que la Plataforma Rappi es el medio de comunicación que utilizan los Aliados Comerciales para anunciar sus productos, de tal manera que el contenido de la publicidad que se difunde a través de ella no es determinado de manera unilateral por Rappi.

En segundo lugar, cabe resaltar que, sin perjuicio de no estar sujeto a las obligaciones de los artículos 29 y 30 frente a la comercialización de productos, Rappi se preocupa porque la información de la publicidad que se exhibe en su Plataforma cumpla con dichas disposiciones normativas y respete, en general, los derechos de los Usuarios. Para ello, Rappi realiza acciones concretas. Un ejemplo de ellas es la existencia de cláusulas, dentro de los contratos o alianzas entre Rappi y sus Aliados Comerciales, en las que estos últimos se obligan a cumplir con las normas aplicables a publicidad, promoción comercial y rotulado que les sean aplicables, así:

'El ALIADO COMERCIAL se compromete a cumplir con todas las normas de publicidad, promoción comercial y rotulado que le sean aplicables a sus productos, así como contar con los permisos y licencias de las autoridades competentes. De esta manera, el ALIADO COMERCIAL declara y acepta que Rappi no será responsable en ningún grado por cualquier incumplimiento en razón de los criterios anteriores.'

Finalmente, vale la pena aclarar que, en caso de que esta Dirección considere a Rappi como un 'medio de comunicación' en los términos del artículo 30 de la Ley 1480 de 2011, dicha norma expone que la responsabilidad se reputará solo cuando haya culpa grave o dolo. Esto quiere decir que Rappi sólo respondería, de forma solidaria con el anunciante de la publicidad, de comprobarse que no empleó el cuidado que aún una persona jurídica negligente emplearía. Cabe resaltar que el cargo formulado no tiene ese contenido.

La inclusión de cláusulas que obligan a los Aliados Comerciales a que su publicidad cumpla con la normativa aplicable, en el marco de los contratos que éstos celebran con Rappi, hace imposible que a esta empresa se le atribuya culpa grave o dolo en los términos del artículo 30 de la Ley 1480.

1.2.10. Inexistencia de elementos que apunten a un incumplimiento del numeral 2.1.2.4 de la Circular Única de la SIC

El numeral 2.1.2.4 de la Circular Única determina que la publicidad de productos nocivos o riesgosos para la salud debe advertir acerca de su nocividad, la necesidad de consultar las condiciones de uso y contraindicaciones. Este numeral se encuentra dentro del Capítulo Segundo de la Circular Única, denominado 'Información al Consumidor', que se relaciona directamente con (sic), y contiene una referencia expresa a la Ley 1480 de 2011. Por ende, esta última norma es indispensable para entender el alcance de la disposición en mención.

Todas las obligaciones del Estatuto relacionadas con la publicidad de productos o servicios están en cabeza de los anunciantes de la misma. El artículo 31 de dicha ley, cuyo contenido es muy similar al del numeral 2.1.2.4 de la Circular Única, no es ajeno a esta situación. Esto cobra sentido en el entendido de que son los anunciantes aquellos que determinan el contenido de la publicidad de sus productos o servicios.

Teniendo en cuenta lo anterior, y con base en lo descrito anteriormente en estos descargos, Rappi no está obligada al cumplimiento del numeral 2.1.2.4 con respecto a la publicidad que hacen los Aliados Comerciales de sus propios productos y servicios – en este caso concreto de las bebidas alcohólicas– pues no es anunciante de los mismos. Entender lo contrario le

impondría a Rappi obligaciones y cargas adicionales a aquellas que están en la ley y que, en su calidad de portal de contacto, le resultan imposibles de cumplir.

Esto último, debido a que Rappi no está en capacidad, de ninguna manera, de determinar o modificar unilateralmente el contenido de las publicidades alusivas a los productos que son comercializados por los Aliados Comerciales. Rappi, en su calidad de portal de contacto, no puede determinar de forma unilateral los productos que se comercializan ni tampoco el contenido de la publicidad para su venta. Esta aclaración aplica para todo el tipo de productos que anuncian los Aliados Comerciales a través de la Plataforma, entre los que se incluyen, por supuesto, las bebidas alcohólicas.

Del mismo modo aclaramos que Rappi, como portal de contacto, les permite a sus Aliados Comerciales llevar a cabo el montaje de su publicidad en la Plataforma, entendiéndose que la creación de estas piezas publicitarias es realizada por estos sujetos o por los fabricantes o proveedores de los productos. En casos excepcionales, Rappi elabora piezas publicitarias de productos, en cuyos casos dicha labor se lleva a cabo en virtud de un encargo puntual que estos sujetos (Aliados o fabricantes) le hayan formulado y siempre contando con previa aprobación de su parte para su difusión.

Sin perjuicio de lo anterior, siendo consciente de los derechos de los Usuarios y presto a hacer lo que está a su alcance para cumplirlos, Rappi incluye en los contratos con sus Aliados Comerciales, obligaciones para que éstos se comprometan a emitir publicidad con información completa y veraz, en los términos de la regulación aplicable, tal como será expuesto a continuación.

1.2.11. Cumplimiento en la plataforma del deber de información acerca de la nocividad, peligrosidad, indicaciones y contraindicaciones de bebidas alcohólicas

Sostiene la Dirección que Rappi presuntamente está vulnerando las normas de protección al consumidor contenidas en los artículos 23, 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011 'por aparentemente emitir publicidad de productos nocivos para la salud, como lo son las bebidas alcohólicas, sin advertirse de manera clara y suficiente sobre su nocividad o peligrosidad y sin indicarse la necesidad de consultar las condiciones para su correcto consumo y sus contraindicaciones, situación frente a la cual se podría configurar una información insuficiente que podría generar una publicidad engañosa.'

Frente a la acusación planteada, vemos nuevamente que la Dirección desconoce que Rappi no actúa como proveedor, productor ni comercializador de las bebidas alcohólicas que se anuncian en su Plataforma, dado que sus actividades y servicios no se acompañan con la definición de estos actores de la relación de consumo contenida en el numeral 9 del artículo 4° del Estatuto.

Al no encasillarse dentro de esta tipología de sujetos, a Rappi no le pueden ser exigibles las obligaciones dirigidas particularmente a los proveedores, productores o comercializadores de bebidas alcohólicas, entre las que claramente destacan las de información y advertencia sobre la nocividad en el consumo de alcohol.

No obstante lo anterior, sin estar propiamente obligada a su cumplimiento, Rappi vela porque en las pautas publicitarias que son anunciadas por los Aliados Comerciales a través de la Plataforma, se atiendan los deberes de información que ahora la Dirección echa de menos.

En este punto, vale la pena recordar que los Aliados Comerciales alquilan un espacio dentro de la Plataforma, para que, de manera autónoma, anuncien, ofrezcan y comercialicen sus productos con el fin de que los Usuarios los adquieran. Esto quiere decir que quien realiza la publicidad de los productos son los aliados y/o las marcas productoras directamente.

Rappi, por ningún motivo, puede considerarse como comercializador ni anunciante de dichas publicaciones. Sin embargo, en su calidad de plataforma de contacto, al momento de prestar este servicio de alquiler o concesión de espacio para que los Aliados Comerciales puedan anunciar promociones y ofertas de bienes y servicios, se asegura de que dichas pautas sean explícitas en indicar la prohibición existente de venta de licor a menores de edad y su nocividad.

Estas medidas de aseguramiento se ven representadas en la difusión de pautas publicitarias como las que se muestran a continuación, en las que necesariamente el Aliado Comercial incluye las leyendas correspondientes que reflejen esta información:

(...)

Así las cosas, aun cuando Rappi no está obligado a cumplir con los deberes de información y publicidad que le son exigibles a los productores, proveedores y comercializadores, procura que en las pautas publicitarias que sus Aliados Comerciales o los productores de los bienes anunciados, se cumplan con las obligaciones de información y publicidad que ahora la Dirección echa de menos.

Como se muestra en estas pautas, en las piezas publicitarias que se exhiben a través de la Plataforma se cumple con el deber de advertir sobre la nocividad de estos productos y de la prohibición de venta a menores de edad, a pesar de que se trata de una obligación que recae sobre los Aliados Comerciales que los comercializan.

Al respecto debe ponerse de presente que la argumentación de la investigada gira entorno al modelo de negocio a través del cual opera, señalando que por ser portal de contacto no le asiste el deber de información consagrado en el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011 ni las obligaciones relacionadas con la publicidad de los artículos 29 y 30 de dicha normativa, así como tampoco, las de la propaganda de productos nocivos como la consagrada en el numeral 2.1.2.4. del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia.

No obstante, es necesario reiterar nuevamente que de conformidad con lo estudiado en el acápite 27.1.2., se logró determinar que funciona como proveedor de productos a través de su plataforma de comercio electrónico, por lo que le es plenamente exigible el cumplimiento de las normas previamente descritas.

Así mismo, y con respecto a las afirmaciones esgrimidas en el numeral 1.2.8. del escrito de descargos, resulta pertinente aclarar que aunque es claro que la sociedad no cumple con las características para considerarse como productor, en tanto que no diseña, fabrica, ensambla o importa productos, lo cierto es que su actividad si encaja perfectamente dentro de la definición de proveedor que trajo a colación. Esto, en la medida en que sea directa o indirectamente tiene a su cargo la efectiva distribución y entrega de los bienes adquiridos por los consumidores a través de su plataforma de comercio electrónico, por la cual además, se perfecciona la relación de consumo y obtiene sus ingresos.

En ese orden de ideas, contrario a lo señalado por el apoderado, a la sociedad investigada si le atañe el deber legal contemplado en el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011 pues como se ha venido planteando a lo largo del presente acto administrativo y particularmente en la consideración previa del numeral 27.1.2., ostenta la calidad de proveedor de bienes y además, encaja dentro de la figura de proveedor de bienes y servicios a través de plataforma de comercio electrónico.

Por otra parte, en lo que corresponde al numeral 1.2.9. del escrito de defensa, cabe mencionar que según la definición de anunciante señalada por el propio apoderado, la sociedad investigada si ostenta tal calidad pues precisamente al analizar de manera general las piezas publicitarias, tal y como se evidencia en el acápite 27.1.4. de las consideraciones previas, se logró determinar que tanto los textos, particularmente la expresión "Rappi", como las imágenes, verbigracia el logo de bigote y los colores utilizados en la publicidad, son características que coinciden con el servicio prestado por la sociedad investigada. En consecuencia, por la forma en la que están elaborados los anuncios, el consumidor estará predispuesto a creer que se trata de ofrecimientos de la sociedad, lo cual adquiere aún más relevancia si se tiene en cuenta que, por ejemplo, en la publicidad reproducida en precedencia en las imágenes 30, 32 y 33, en ningún momento se alude a alguna otra sociedad en concreto como anunciante del ofrecimiento.

En ese sentido, se hace más que evidente que el sujeto pasivo si realiza publicidad por cuenta propia y que, así mismo, hace o divulga publicidad en su propio nombre, con la finalidad de influir en el comportamiento de los consumidores.

Así mismo, llama la atención que señale que no tiene ningún interés en que los productos que exhibe sean efectivamente adquiridos por los consumidores, cuando se encuentra demostrado dentro del presente procedimiento administrativo que es precisamente a partir de las transacciones efectuadas

en su plataforma que se perfeccionan las relaciones de consumo y obtiene sus ingresos. Situación que, acompañada de los demás elementos estudiados en el numeral 27.1.2. de las consideraciones previas evidencia que la actividad de la investigada trasciende los límites de la definición de portal de contacto y se enmarca dentro del contexto de un proveedor de bienes y servicios a través de plataforma de comercio electrónico.

En ese orden de ideas, es claro que a la sociedad le resultan plenamente aplicables los artículos 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011, pues estas normas se encuentran previstas también para todos aquellos que se reputen proveedores y para quienes actúen a través de plataformas de comercio electrónico.

De otro lado, no es de recibo para esta Autoridad el argumento según el cual la sociedad opera como un medio de comunicación de los aliados comerciales, pues no se limita a difundir la publicidad emitida por estas sino que por el contrario, genera su propia publicidad, tal y como se evidenció en las imágenes 30, 32 y 33 de esta resolución, aunado al hecho de que incorpora todos sus signos distintivos en cada uno de los anuncios estudiados. Esto, además, teniendo en cuenta que la investigada obtiene ganancias directas a partir de las transacciones que se den como consecuencia de las decisiones de consumo de los usuarios de la plataforma, que sean influenciadas por la publicidad.

De esta manera, no es viable, como lo pretende el apoderado, someter la responsabilidad de la sociedad a la de un medio de comunicación, cuando es claro que su operación comercial no corresponde a este tipo de actividades sino a la comercialización de bienes y servicios a través de su plataforma por lo que el régimen de responsabilidad aplicable es de tipo objetivo y, en consecuencia, una vez determinada la infracción habrá lugar a la aplicación de una sanción administrativa, sin que para ello deba tenerse en cuenta si actuó con dolo o culpa grave.

En la misma línea, no basta con la preocupación de la sociedad porque sus aliados comerciales cumplan con las disposiciones normativas en torno a la publicidad, comoquiera que encontrándose demostrado que la investigada ostenta la calidad de anunciante, a esta le asiste el deber legal de cumplir todos los requisitos que se predicán de aquella.

Ahora bien, con respecto a lo señalado en el numeral 1.2.10. de su escrito de descargos, debe precisarse que resultan aplicables los mismos argumentos expuestos en precedencia, en cuanto a que la investigada cumple con las condiciones para ser considerada como anunciante, proveedor y plataforma de comercio electrónico por lo que le resulta igualmente aplicable en su actuar el numeral 2.1.2.4. del Capítulo Segundo del Título II de la Circula Única de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Así mismo, debe agregarse que la propia investigada reconoce que en algunos casos elabora las piezas publicitarias de sus productos, lo cual, sumado a las consideraciones señaladas, permite evidenciar que en efecto, ostenta la calidad de anunciante, pues aún cuando fuera por encargo de los aliados, tiene por objeto que los consumidores orienten sus decisiones de consumo a la compra de productos ofrecidos en Rappi, por las cuales, esta sociedad obtiene sus ganancias. Lo mismo ocurre con los eventos en los cuales supuestamente es el aliado comercial el que realiza la publicidad, toda vez que está comprobado que el sujeto pasivo, entre otras cosas, incorpora sus signos distintivos en dichos anuncios.

Aún en gracia de discusión, es menester indicar que en el ordenamiento jurídico colombiano cada parte tiene la carga de probar sus afirmaciones, con las excepciones que establece la ley, de conformidad con el principio de la carga de la prueba *-onus probandi-*.

Así las cosas, dicha carga procesal hace referencia a *"la obligación de 'probar', de presentar la prueba o de suministrarla, cuando no el deber procesal de una parte, de probar la (existencia o) no existencia de un hecho afirmado, de lo contrario el solo incumplimiento de este deber tendría por consecuencia procesal que el juez del proceso debe considerar el hecho como falso o verdadero"*⁶¹.

De esta forma, debe ponerse de presente que tal regla se encuentra prevista en el artículo 1757 del Código Civil que dispone que *"incumbe probar las obligaciones o su extinción al que alega aquéllas o*

⁶¹ Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Sentencia del 28 de mayo de 2010. Exp. 2300131100219980046700. M.P. Edgardo Villamil Portilla.

ésta" y en el artículo 167 del Código General del Proceso se señala que "incumbe a las partes probar el supuesto de hecho de las normas que consagran el efecto jurídico que ellas persiguen (...)".

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

"(...) Las partes deben probar las afirmaciones expuestas en los escritos presentados ante el Tribunal, a través de los medios probatorios establecidos en la ley para llevar al convencimiento al Juzgador - artículo 175 del C.P.C., sobre los hechos expuestos en la demanda; pues el Juez de conocimiento debe fundarse en las pruebas regular y oportunamente allegadas al proceso (artículo 174 del C.P.C.), siempre que sean conducentes, pertinentes y útiles para la decisión del mismo (...)"⁶².

En consecuencia, resulta importante mencionar que, si lo que pretendía el apoderado era señalar que los anunciantes de la publicidad son únicamente los aliados comerciales, era su deber traer a colación todos aquellos medios de prueba necesarios para sustentar sus manifestaciones; sin embargo, revisado el plenario, se tiene que no los allegó y, por el contrario, los documentos que sirvieron de sustento a la imputación fáctica dan cuenta de que la sociedad investigada ostenta la calidad de anunciante, pues evidencian que esta no solo divulga sino que realiza publicidad comercial con el propósito de influir en las decisiones de consumo, en la cual ofrece bienes y servicios empleando sus signos distintivos y, en algunas de las imágenes traídas a colación en el análisis probatorio, sin hacer referencia alguna a otra sociedad como responsable del ofrecimiento.

En cuanto a las afirmaciones esgrimidas en el numeral 1.2.11 del escrito de defensa, se reitera que de conformidad con lo analizado a lo largo del presente acto administrativo la sociedad, aunque no encaja dentro de la definición de productor, si actúa como proveedor de conformidad con la definición que sobre el particular trae el numeral 11 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011, por lo que le resulta exigible la aplicación de todas las reglas previstas en este cuerpo normativo y sus concordantes.

En ese sentido le corresponde al sujeto pasivo velar porque la publicidad que emite atienda los deberes legales que le atañen pues es claro que no solo la divulga sino que en muchos casos la realiza por su propia cuenta y, además, en cada uno de los anuncios analizados se evidenció el empleo de signos distintivos de la sociedad, así como que en varios de estos no se hacía alusión alguna a ninguna otra compañía como para que se pudiera entender que el ofrecimiento proviene de alguno de sus aliados comerciales.

Tampoco es cierto, según el análisis probatorio efectuado en precedencia, que se asegure de que las pautas sean explícitas en indicar la nocividad de las bebidas alcohólicas pues en las imágenes N°30, 31, 32, 33 y 34, se observa que en ningún momento se hace alusión a ello ni mucho menos a la necesidad de consultar las condiciones sobre el uso correcto del producto y sus contraindicaciones. El hecho de que en algunos anuncios, se cumpla con el deber, no desdibuja que en otros tantos, como los mencionados se haya presentado un incumplimiento de cara a lo que exigen las normas en cuestión.

Así las cosas, las conclusiones a las que llega la investigada en el numeral 1.2.11 de su escrito de descargos, resultan equivocadas y no pueden ser compartidas por esta Dirección en la medida en que no basta con velar porque las pautas publicitarias de los aliados cumplan con los deberes pues se encuentra demostrado que el sujeto pasivo de la presente investigación administrativa sí está obligado a cumplir con la normativa descrita en la imputación fáctica.

En consecuencia, habiéndose determinado que el sujeto pasivo no cumplió con lo requerido en los artículos 23, 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011 en concordancia con el numeral 2.1.2.4. del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio en la medida en que la información proporcionada a través de la publicidad resultó insuficiente al omitir lo relativo a la nocividad del bien, así como la necesidad de consultar sobre su uso correcto y contraindicaciones; y teniendo en cuenta que el apoderado no logró demostrar causa extraña que exonerara a la sociedad de su responsabilidad, el cargo prospera y procederá a imponerse la sanción a la que haya lugar.

⁶² Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Segunda, Sentencia del 19 de mayo de 2011 Exp. No. 10010325000200900124 00. CP: BERTHA LUCÍA RAMÍREZ DE PÁEZ

27.4.4. Consideraciones frente a los argumentos expuestos por el tercero interesado:

Sobre el particular el tercero interesado, mediante su escrito de alegatos de conclusión radicado con el número 19-198723-51 del 7 de diciembre de 2021, hizo un recuento de lo señalado en el pliego de cargos frente a la presente imputación fáctica, y añadió:

"(...) b. De la supuesta inexistencia de interés de RAPPI en que los productos de sus aliados comerciales sean adquiridos por los consumidores

RAPPI sostiene que no se le puede imputar el incumplimiento de las normas anteriormente transcritas, incluyendo la disposición de la Circular Única de la SIC porque según indica, no tiene la calidad de anunciante. Para soportar esta tesis, RAPPI señala que en «no tiene ningún interés en que los productos de sus Aliados Comerciales sean efectivamente adquiridos en menor o mayor cantidad por parte del consumidor». De acuerdo con RAPPI «dicho interés se reputa de los Aliados Comerciales en su calidad de proveedores o productores de los bienes y servicios que se ofrecen a través de la Plataforma». Estas afirmaciones contrastan con la realidad de una operación en la que RAPPI se lucra de las ventas de sus aliados comerciales y por reporta un interés comercial en que vendan masivamente sus productos. RAPPI es un socio comercial de sus aliados que recibe una comisión a cambio de proveer una plataforma para que ofrezcan sus productos y de prestar un servicio de domicilio a los consumidores que adquieren los productos a través de la Plataforma. Por esta razón, es evidente que RAPPI se debe considerar anunciante de acuerdo con los criterios definidos por la propia SIC, según los cuales toda persona que divulgue publicidad comercial enfocada a promover los productos que produce o comercializa con el propósito de influir al consumidor, tiene esta calidad.

Resulta manifiesto que el anunciante no es exclusivamente aquel que produce los productos sino también el que los comercializa y pretende influir al consumidor. RAPPI tiene esta calidad y por tanto le son enteramente aplicables las disposiciones concernientes a los anunciantes de acuerdo con lo establecido en la Ley 1480 de 2011.

Adicionalmente, es necesario anotar que RAPPI no solo difunde publicidad de los productos específicos que se comercializan en la plataforma, sino que además disemina publicidad del servicio que ofrece, esto es, que las personas puedan adquirir productos en RAPPI con el servicio de domicilio incluido. En este sentido, también es anunciante del servicio que presta el propio RAPPI a los consumidores. Por lo anterior, RAPPI no puede eludir las responsabilidades que le impone ser anunciante de los productos de sus aliados comerciales, y de sus propios servicios. Por consiguiente, cuando quiera difunda publicidad deberá atender lo dispuesto en la normativa, en especial cuando de trate de productos nocivos para la salud como son las bebidas alcohólicas.

c. Difusión de publicidad de productos nocivos para la salud en contravía de lo dispuesto en la normativa

En el proceso administrativo sancionatorio se ha demostrado que RAPPI difundió publicidad de bebidas alcohólicas en su plataforma sin el lleno de los requisitos establecidos en la normativa, puntualmente lo dispuesto en el numeral 2.1.2.4 de la Circular Única de la SIC que replica en sus aspectos medulares lo consagrado en el artículo 31 de la Ley 1480 de 2011. Como se observa en las piezas publicitarias de bebidas alcohólicas provistas por RAPPI, no hay ninguna referencia acerca de las condiciones para el uso correcto y menos aún de las contraindicaciones de estas. Lo anterior, contraría lo dispuesto en la citada norma y debilita la protección del consumidor contra productos nocivos que son a su turno importantes factores de riesgo en salud. En efecto, aunque los avisos advierten la nocividad y refieren la prohibición de venta a menores de dieciocho (18) años y a mujeres embarazadas, no hacen referencia a su uso correcto, y más grave aún a las contraindicaciones de las bebidas alcohólicas.

RAPPI sostiene que no le corresponde revisar la publicidad de los productos que se ofertan en su plataforma, que esto es asunto exclusivo de sus aliados comerciales, y, por tanto, sobre estos últimos debe recaer cualquier reproche al respecto. Sobre este punto es necesario resaltar que no solo RAPPI es anunciante de estos productos, sino que además la norma de la Circular Única de la SIC resulta aplicable a todo aquel que difunda publicidad de productos nocivos para la salud. Por consiguiente, se materializa una violación de lo establecido en la Circular Única de la SIC en las piezas publicitarias aportadas por RAPPI al proceso.

*En adición a las piezas publicitarias aportadas por **RAPPI**, también se observa un incumplimiento de lo dispuesto en la Circular Única de la **SIC** en la publicidad diseminada por **RAPPI** en sus redes sociales, específicamente en Instagram. Como se observa en la pieza de Instagram copiada anteriormente **RAPPI** está haciendo publicidad de su servicio y específicamente está promoviendo la adquisición de bebidas alcohólicas a través de su plataforma sin advertir acerca de la nocividad de estas, ni referir sus contraindicaciones. En síntesis, está violando las normas específicas que gobiernan la publicidad de bebidas alcohólicas.*

*Frente al contenido de esta pieza publicitaria, **RAPPI** guarda absoluto silencio. En su defensa se limita a decir que fueron indebidamente obtenidas por la **SIC**, cuando eso no es cierto. Esta pieza, fue obtenida por la **SIC** en una revisión que hizo de las redes sociales de **RAPPI** en ejercicio de sus funciones de inspección y vigilancia. Se trata de documentos obtenidos en ejercicio de la competencia administrativa atribuida a la **SIC**. Era una pieza disponible al público en Instagram que fue debidamente captada por la **SIC** en una revisión que adelantó.*

*Por tanto, resulta inexplicable que **RAPPI** intente aducir la supuesta ilegalidad de la prueba cuando se trataba de una imagen pública que fue captada en ejercicio de una función de inspección y vigilancia. La prueba fue debidamente obtenida por la **SIC** y acredita un incumplimiento de lo dispuesto en la Circular Única, por tanto, **RAPPI** debe ser sancionado.*

*Además, **RAPPI** en ningún momento negó que hubiera difundido esa pieza, o refirió algo acerca del contenido de esta. Su defensa se limitó al ámbito procesal, sin que sus argumentos tengan vocación alguna de prosperar, de lo contrario estarían impidiendo que las entidades públicas que ejercen control y vigilancia puedan captar contenidos e información pública para el desarrollo de sus funciones. Se equivoca **RAPPI** al sostener que esto fue una forma de prueba no prevista en el Código General del Proceso. Se trata de un documento disponible al público que la **SIC** captó en ejercicio de sus funciones, sin que se hubiera extralimitado por ningún motivo.(...)"*

Sobre el particular, corresponde a esta Dirección señalar que acoge los argumentos expuestos por el tercero interesado en tanto que, del análisis sobre el modelo de negocio en conjunto con el estudio del cargo endilgado, se pudo determinar que en la realidad la sociedad investigada ostenta la calidad de anunciante en tanto que emite publicidad con la finalidad de influir en las decisiones de compra de los consumidores, en la medida en que las mismas son las que reportan las comisiones a través de las cuales obtiene sus ingresos.

En ese orden de ideas, es claro, tal y como lo afirma el tercero interesado, que el sujeto pasivo incurrió en una infracción a lo dispuesto en el numeral 2.1.2.4. de la Circular Única de esta Superintendencia, además de los artículos 23, 29 y 30 del Estatuto del Consumidor pues en las piezas publicitarias y de la visita administrativa estudiada se evidenció que omitió advertir de la nocividad del producto y hacer referencia a la necesidad de consultar las condiciones o indicaciones para su uso correcto, así como las contraindicaciones del caso.

Así mismo, le asiste razón al tercero al indicar que la visita administrativa que sirvió de sustento a la presente imputación fáctica y que fue controvertida por el apoderado del sujeto pasivo, fue recabada en el ejercicio de las funciones de inspección y vigilancia asignadas a esta Entidad, toda vez que tal y como se señaló en el acápite número 27.1.8. de las consideraciones previas de esta resolución, el Código General del Proceso admite cualquier medio probatorio que sea útil para la formación del convencimiento del fallador, siempre y cuando éstas no sean ilegales ni ilícitas.

Sobre la ilegalidad de la prueba, como ya se mencionó en dicho apartado, debe reiterarse que el apoderado de la sociedad investigada no estableció con claridad cuáles son las razones específicas por las que la prueba supuestamente incumple con los requisitos establecidos en el artículo 236 del Código General del Proceso, ni aportó prueba alguna tendiente a demostrar sus manifestaciones. Así mismo, coincide este Despacho con el tercero interesado en cuanto a que las redes sociales objeto de inspección son de carácter público, por lo que tampoco podría predicarse una ilicitud de la prueba.

27.4.5. En ese orden de ideas, una vez analizadas las pruebas, en contraste con los argumentos esgrimidos tanto por la investigada como por el tercero interesado, así mismo, teniendo en cuenta que

aquella no alegó ni probó causa extraña que justificara su actuar, este Despacho encuentra demostrada la infracción a lo dispuesto en los artículos 23, 29, y 30 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el numeral 2.1.2.4. del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, por haber emitido publicidad de productos nocivos, concretamente bebidas alcohólicas, sin haber advertido claramente al público acerca de su nocividad y de la necesidad de consultar las condiciones o indicaciones para su uso correcto, así como las contraindicaciones del caso. En consecuencia, el presente cargo está llamado a prosperar y se impondrá la sanción a la que haya lugar.

27.4.6. Conclusiones frente a la imputación fáctica N°2:

En atención a lo expuesto, esta Dirección considera que la conducta desplegada por la investigada vulneró lo dispuesto en los artículos 23, 29, y 30 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el numeral 2.1.2.4. del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, por cuanto los elementos y afirmaciones contenidas en las piezas publicitarias en las que se ofrecen productos nocivos como las bebidas alcohólicas como forma de atraer la atención de los consumidores, no son suficientes ni claras en aras de que el consumidor pueda conocer sobre la nocividad del producto y la necesidad de consultar las condiciones de uso y las contraindicaciones, haciendo que los anuncios se tornen engañosos por no incluir todos los aspectos relevantes que puedan determinar la decisión de compra. En ese sentido, la imputación fáctica se encuentra llamada a prosperar por inobservancia de lo dispuesto en los artículos 23, 29, y 30 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el numeral 2.1.2.4. del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, razón por la cual se impondrá la sanción administrativa a que haya lugar, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011.

27.5. Frente al 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.- Imputación fáctica N°3.

27.5.1. Generalidades respecto al deber de información al que están sometidos los proveedores que ofrezcan productos a través de medios electrónicos:

En este cargo, la Dirección le imputó una presunta responsabilidad a la investigada, porque al parecer vulneró lo previsto en los literales c) y d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011.

Teniendo en cuenta lo anterior, este Despacho procederá a realizar un estudio de la imputación fáctica frente a la conducta de la investigada y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable para la Dirección, en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normatividad.

Así las cosas, resulta necesario mencionar, que la Ley 1480 de 2011 o Estatuto del Consumidor, dispone un capítulo especial para la protección al consumidor de comercio electrónico y del que debe destacarse el artículo 50, toda vez que éste establece diversas obligaciones a cargo de los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos a través de medios electrónicos, como lo es el deber de suministrar información de los medios de que disponen para realizar los pagos, el tiempo de entrega del bien o la prestación del servicio, el derecho de retracto que le asiste al consumidor y el procedimiento para ejercerlo, y cualquier otra información relevante para que el consumidor pueda adoptar una decisión de compra libremente y sin ser inducido en error. Así mismo, publicar en el mismo medio y en todo momento, las condiciones generales de sus contratos, que sean fácilmente accesibles y disponibles para su consulta, impresión y descarga, antes y después de realizada la transacción, así no se haya expresado la intención de contratar, entre otros.

En consonancia con lo anterior, debe tenerse en cuenta que el numeral 1.3 del artículo 3° de la Ley 1480 de 2011, establece de manera explícita que los consumidores tienen derecho a obtener información respecto de los productos o servicios que se ofrezcan en el mercado y, así mismo, define que la información debe ser completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea.

En tal sentido, el derecho de los consumidores consagrado en la normativa previamente citada, se

traduce una obligación correlativa por parte de los productores y proveedores, que se encuentra contenida en el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011, el cual dispone que éstos deberán suministrar a los consumidores información, clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que ofrezcan.

Si bien, estas características no se encuentran definidas en el Estatuto del Consumidor, las mismas pueden ser dilucidadas de la siguiente manera:

Información clara: Significa que la información debe ser inteligible, libre de obstáculos y fácil de comprender⁶³.

Información veraz: *"este elemento se refiere a la realidad y certeza de la información, implica que debe estar ajustada a la realidad, además que debe ser cierta y comprobable. Así las cosas, debe existir correspondencia entre los atributos que se ofrecen respecto del bien y los que efectivamente se otorgan al consumidor"*.⁶⁴

Información suficiente: La información que el productor o proveedor debe brindar al consumidor debe incluir todas las características relevantes que puedan incidir en la decisión de compra o adquisición del producto o servicio. Ello no significa que deba incluirse la mayor cantidad posible de información, sino la suficiente⁶⁵ para que el consumidor pueda entender con claridad los aspectos que rodean su decisión de consumo⁶⁶.

Información oportuna: Implica que la información se dé en el momento adecuado, *"cuando el consumidor la necesite, de tal forma que una información extemporánea puede alterar la capacidad de decisión del consumidor (...)"*⁶⁷.

Información verificable: El carácter *"verificable"* de la información indica la posibilidad de que esta pueda ser contrastada para corroborar su veracidad.

Información comprensible: Esto significa que la información debe ser presentada de tal manera, que los consumidores puedan entender sin mayores elucubraciones, las características del producto o servicio que se les ofrece.

Información precisa: La información debe ser concreta, exacta y corresponder directamente con el producto o servicio al cual hace referencia.

Información idónea: El concepto de idoneidad tiene que ver con la calidad y la relevancia de la información con relación a la naturaleza, la finalidad y la destinación del producto o servicio.

Así las cosas, esta Dirección encontró mérito para imputar presunta responsabilidad a la investigada en la medida en que se pudo advertir preliminarmente que se presentaron varios hechos que posiblemente generaron incumplimientos frente a los deberes de información consagrados en los artículos 23 y 50 literales c) y d), los cuales serán estudiados de la siguiente manera, en atención a que corresponden a cuatro sub cargos distintos: i) informar un tiempo de entrega estimado y no exacto o real, que puede variar luego de que el consumidor ha realizado un pedido a través de la plataforma RAPPI.; ii) 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; iii) no tener publicados los términos, condiciones y restricciones de uso del servicio RAPPFAVOR en los medios que utiliza para ejercer actos de comercio electrónico, específicamente, en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación móvil RAPPI.; y iv) no tener publicados los términos, condiciones y restricciones de la comercialización de bebidas alcohólicas, en los medios que utiliza para ejercer actos de comercio electrónico, específicamente, en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación móvil RAPPI.

⁶³ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española <https://dle.rae.es/claro>

⁶⁴ Superintendencia de Industria y Comercio. Folleto "Guía General de Protección al Consumidor", Pág. 39.

⁶⁵ De conformidad con el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011.

⁶⁶ Robledo Pablo F., Ramírez Mónica A., Acuña Angélica A., Uribe Ana M. "Protección al Consumidor en Colombia, una aproximación desde las competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio". Pág. 136. Superintendencia de Industria y Comercio. 2017

⁶⁷ Villalva, J. "Introducción al derecho del Consumo", Universidad Militar Nueva Granada. Pág. 171.

27.5.2. Análisis probatorio del caso concreto.

27.5.2.1. Frente a que la investigada informa un tiempo de entrega estimado y no exacto o real, que puede variar luego de que el consumidor ha realizado un pedido a través de la plataforma RAPPI:

En este punto, esta Dirección imputó presunta responsabilidad a la investigada, comoquiera que al analizar la información aportada por esta mediante el número de radicado 20-66537-5 del 8 de abril de 2020, en contraste con algunas de las peticiones, quejas y reclamos consignadas en el mismo radicado, se pudo advertir que pese a que la investigada señaló a esta Dirección que los tiempos de entrega son estimados y no exactos, la información que suministra a los consumidores no da cuenta de tal situación, al punto que estos acuden a los canales de atención al cliente de los que dispone la sociedad, cuandoquiera que se supere el tiempo señalado en la aplicación. Situación que deviene en un incumplimiento a lo dispuesto en el literal c) del artículo 50 y en el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011 al no suministrar a los consumidores información adecuada sobre los tiempos de entrega de los bienes o la prestación de los servicios, que aseguren que estos puedan tomar una decisión de consumo libre y sin ser inducidos en error.

Así las cosas, esta Dirección considera oportuno traer a colación los medios probatorios que sirvieron de sustento al presente sub cargo, para efectos de su estudio:

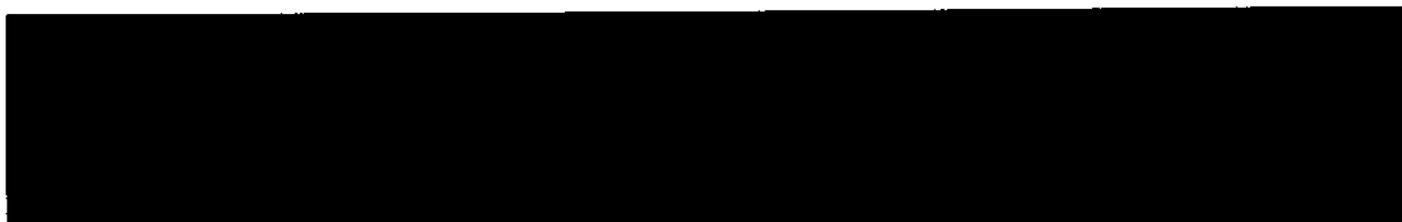
Imagen N°35. Información suministrada a esta Dirección sobre los tiempos de entrega. (Radicado. N°19-66537-5)

En segundo lugar, Rappi informa a los Usuarios un tiempo de entrega estimado, expresado en minutos u horas, el cual no debe ser tomado como un tiempo exacto de entrega por parte del Rappitendero al Usuario. Estos tiempos de entrega son solamente unos tiempos estimados que dependen de ciertas variables como se explicará a continuación en el punto 2 de esta respuesta. Igualmente, por favor ver el Anexo 1 para entender cómo se reflejan en la Plataforma los tiempos de entrega estimados que pueden tener los productos que comercializan los Aliados y entregan de los Rappitenderos.

Imagen N°36. Tiempos de entrega informados en la aplicación. Anexo 1 (Radicado. N°19-66537-5)



Tabla N°7 Muestra de peticiones, quejas y reclamos relacionadas con los tiempos de entrega (Rad. 20-66537-5)



**INFORMACIÓN
RESERVADA**

**INFORMACIÓN
RESERVADA**



La imagen N°35 corresponde a un fragmento de la información allegada por la investigada con ocasión de los requerimientos efectuados por esta Autoridad. En esta, al responder la pregunta sobre cuál es la información previa suministrada a los consumidores en relación con los plazos de entrega de los productos que comercializa a través de su portal web, indica que a los usuarios se les señala un tiempo estimado en minutos u horas, sin que éste sea exacto.

Por su parte, la imagen N°36, da cuenta de la forma en que se comunican los tiempos de entrega a los consumidores, los cuales se señalan con expresiones como "43 min", "34 min" y "40 min", sin que se pueda advertir algún elemento que dé a entender que los minutos indicados corresponden a un estimado que puede variar e incrementarse constantemente.

A su turno, en la tabla N°7 se evidencia una muestra que incluye tanto las peticiones, quejas y reclamos mencionadas en el pliego de cargos, como otras tantas extraídas del radicado número 20-66537-5 del 8 de abril de 2020. En esta se puede evidenciar que el entendimiento de los consumidores, de conformidad con la información que les es suministrada a través de la aplicación, es el de que los tiempos de entrega indicados son exactos.

De allí que en las reclamaciones hayan empleado expresiones como "El pedido se demoró el doble del tiempo", "si la aplicación dice q se demora 50 min, son 50 min", "Se demor 40 min más de lo esperado", "No deberían hacer una promesa de tiempo de entrega si no la piensan cumplir", "La comida que pedí anoche llego 3 horas después", "El pedido se demoró casi 3 veces más de lo que aparecía en la publicación", entre otras, que denotan la percepción de que el pedido les sería entregado dentro del plazo específicamente señalado y no que el mismo se prorrogaría constantemente.

Sobre este aspecto, debe señalarse que tratándose de del tipo de servicio que presta la investigada, la información que se suministre a los usuarios en la plataforma de comercio electrónico se torna esencial para la toma de su decisión de compra, toda vez que el consumidor opta por adquirir el producto a través de la aplicación teniendo en cuenta el plazo en el que supuestamente llegaría su pedido pues, de saber que se demoraría hasta el triple del tiempo señalado habrían optado por una opción diferente. Así se evidencia por ejemplo en los casos de los señores

en los cuales se pudo advertir que de haber sabido que el tiempo de entrega iba a ser superior no habrían efectuado la compra, pues en su percepción el tiempo se configuró como una promesa que la investigada tendría que cumplir y, lo solicitaron teniendo en cuenta el tiempo disponible para recibir el pedido. De allí que en algunos casos, hayan tenido que encargar al personal del edificio o a cualquier otra persona el recibo del mismo, sin haberlo podido consumir.

Lo anterior resulta aún más reprochable si se tiene en cuenta que en la muestra analizada los pedidos corresponden a alimentos frescos que por ende deben tener unas condiciones de temperatura, que se alteran con el tiempo de retraso, para que sean aptos para su consumo y la satisfacción del cliente. Así pues, se pudo constatar que varios de los usuarios resultaron inconformes porque al aumentar el tiempo de entrega inicialmente informado su comida llegó fría, tal y como se evidencia en los casos de los señores , , y .

En ese orden de ideas, a partir de las pruebas analizadas resulta evidente para esta Dirección que la información suministrada por el sujeto pasivo con respecto a los tiempos de entrega no es clara, en la medida en que a partir de los elementos presentes en la plataforma al momento de revisar el plazo no

permiten tener una comprensión libre de obstáculos y fácil de comprender, sobre el hecho de que los tiempos señalados son estimados y pueden aumentar constantemente por diferentes variables.

En la misma línea, la información no fue veraz, pues por la forma en que se indica lo relativo a los plazos de entrega en la aplicación de la investigada, se da a entender que el tiempo establecido es exacto, siendo que en la realidad éste puede variar, según se pudo determinar de lo registrado en la imagen N°31 y en las quejas registradas en la tabla N°7, verbigracia, en los casos de los señores [REDACTED], entre otros.

Mucho menos fue suficiente, en tanto que no se incluyeron todas las características relevantes que inciden en la decisión de consumo de los usuarios de la plataforma pues como ya se señaló en precedencia, la información sobre los tiempos de entrega resulta fundamental para que opten por una u otra plataforma, o por acudir directamente a los establecimientos de comercio, máxime cuando el objeto de los pedidos es comida.

Tampoco fue oportuna, en tanto que lo relacionado con el plazo real de entrega debe informarse previo a la decisión de consumo y no, aumentar los tiempos una vez el consumidor ha efectuado la transacción para que luego tenga que esperar mucho más del tiempo previsto.

En consonancia con lo anterior, se evidencia que la información suministrada en el medio electrónico del que dispone el sujeto pasivo con respecto al tiempo de entrega del bien o la prestación del servicio no fue apta para que los consumidores pudieran tomar una decisión libremente y sin ser inducidos a error pues, por el contrario, el informar un tiempo dando a entender que es exacto cuando no es así, los lleva a optar por una alternativa posiblemente distinta a la que habría elegido de saber que el plazo sería superior al señalado.

Así las cosas, encuentra esta Dirección que en efecto se presentó una vulneración a lo dispuesto en el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011, en la medida en que la información proporcionada a los usuarios de la plataforma de comercio electrónico sobre los tiempos de entrega no fue clara, ni veraz, ni suficiente, ni oportuna. Así mismo, se generó una vulneración a lo establecido en el artículo 50 literal c) de la Ley 1480 de 2011, toda vez que la información proporcionada sobre los tiempos de entrega dio lugar a entender que se trataba de un plazo exacto y no estimado. Situación que tiene la potencialidad de inducir en error al consumidor cuando se ve enfrentado a las diferentes opciones del mercado pues el factor del tiempo es una característica que resulta relevante para optar por una u otra alternativa.

Ahora bien, en relación con el presente sub cargo la investigada, mediante su escrito de descargos señaló:

"(...) El supuesto normativo del literal c) del artículo 50 implica la existencia de (i) un proveedor o expendedor de bienes o servicios que (ii) los ofrezca por medio de comercio electrónico. Este último, entendido como '...la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concertados a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios.'

Esta Dirección asegura la existencia de un supuesto incumplimiento por parte de Rappi por (i) '...informar un tiempo estimado y no exacto o real, que puede variar luego de que el consumidor ha realizado un pedido a través de la plataforma de RAPPI.'; y (ii) '...haber informado a los consumidores el día 10 de mayo de 2020, de manera previa a la toma de la decisión de consumo, un tiempo que incrementó constantemente luego de realizar el pedido, y sin siquiera informarle las modificaciones que se iban presentando en el tiempo de entrega inicialmente indicado.'

Frente a la imputación mencionada es menester insistir en que Rappi no es una plataforma de comercio electrónico sino un portal de contacto, de cara al ofrecimiento de los productos o servicios de sus Aliados Comerciales. Partiendo de esta calidad, no puede entenderse a Rappi sujeto a la obligación del literal c) del artículo 50 de la Ley 1480 en los términos expuestos por esta Dirección en la Resolución N° 82505.

Ahora, de considerar esta Dirección que la norma no sólo le es aplicable a las plataformas de comercio electrónico sino también a los portales de contacto, Rappi, en tal calidad, no vulnera la norma en mención, por las razones que se exponen a continuación.

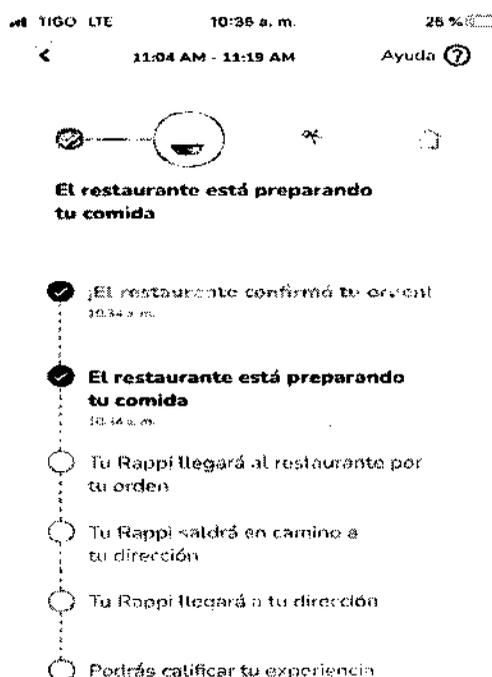
En primer lugar, la existencia de un tiempo estimado y no exacto, con respecto a la entrega de los productos de los Aliados Comerciales, no implica, per se, una violación al literal c) del artículo 50 de la Ley 1480, que expone lo siguiente:

'c) Informar, en el medio de comercio electrónico utilizado, los medios de que disponen para realizar los pagos, el tiempo de entrega del bien o la prestación del servicio, el derecho de retracto que le asiste al consumidor y el procedimiento para ejercerlo, y cualquier otra información relevante para que el consumidor pueda adoptar una decisión de compra libremente y sin ser inducido en error.'

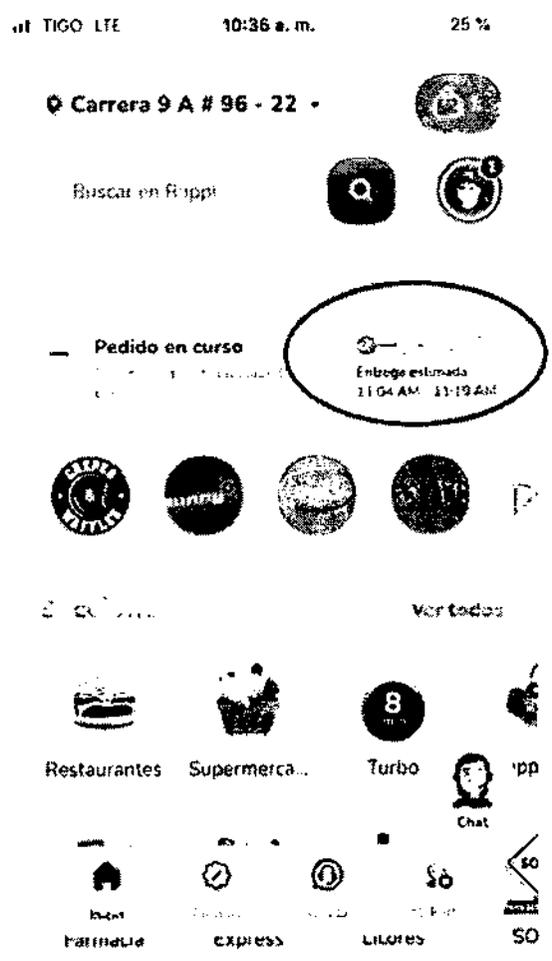
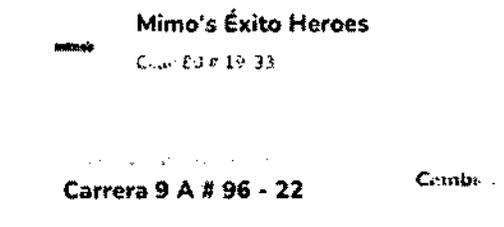
Por ende, resulta evidente que esta norma en ninguno de sus apartes exige que el tiempo de entrega de los productos o servicios sea exacto, sino que se otorgue al consumidor información sobre el mismo.

Frente al carácter estimado del tiempo de entrega, éste es así y no exacto porque depende de distintas variables que no pueden ser controladas por Rappi y que, inevitablemente, cambian, por ejemplo: el tiempo de aceptación del pedido por parte del Aliado Comercial, el tiempo de preparación o cocción del pedido, el tiempo de aceptación de la orden por parte de un Rappitendero, la distancia del Rappitendero con respecto a la dirección del establecimiento de comercio del Aliado Comercial y la distancia hasta el punto de entrega entre otros. Por ende, es importante resaltar que la labor de Rappi se limita a informar en su Plataforma el tiempo que resulta de las variables expuestas, con miras a que el Usuario tenga conocimiento del mismo.

Por otra parte, a pesar de que el tiempo estimado no puede ser exacto, Rappi hace todo lo posible para que los Usuarios vean ese tiempo actualizado constantemente y hagan un seguimiento de sus pedidos. Para tal fin, al hacer un pedido de un producto o servicio de un Aliado Comercial, los Usuarios de la Plataforma pueden ver las actualizaciones del mismo así:



Ahora, con respecto a la información otorgada a los Usuarios, menciona esta Dirección en la Resolución que Rappi no informa sobre el carácter estimado del tiempo de entrega de los productos de sus Aliados Comerciales y, por ende, dicho tiempo se entiende como real o exacto. Sin embargo, esta afirmación es imprecisa. Si bien es cierto que los tiempos que aparecen al momento de visualizar los diferentes Aliados Comerciales no están acompañados de la palabra "estimado", esta Dirección desconoce que dicha referencia sí se otorga al Usuario de la Plataforma una vez ha seleccionado un producto de un Aliado Comercial, así:



Adicionalmente, es importante aclarar que, en caso de no estar de acuerdo con el tiempo estimado del producto, o con otro elemento del pedido, el Usuario de la Plataforma puede cancelarlo antes de que éste sea entregado, y solicitar la devolución del dinero, si ya hubiese sido descontado. Lo anterior implica que, si el Usuario de la Plataforma considera que el

tiempo estimado de entrega no lo satisface, puede modificar su decisión de consumo, mediante la cancelación del pedido, sin repercusión alguna. Esto último, cabe mencionar, tampoco fue evaluado por la Dirección al formular el cargo de la imputación fáctica en mención.

Finalmente, consideramos importante referirnos a las 351 PQR que esta Dirección toma como supuesto fáctico para sustentar una violación del literal c) del artículo 50 de la Ley 1480. Con respecto a ellas, adujo que las mismas dan muestra del incumplimiento de la norma en mención, así:

'Lo expuesto, también se puede observar de la relación de las peticiones, quejas y reclamos recibidas por la investigada, por demoras en la entrega de los pedidos del 1 al 10 de marzo de 2020, radicada bajo el número 20-66537-1, teniendo en cuenta que en varias de las trescientas cincuenta y un (351) PQRS, los consumidores manifiestan de manera expresa que la entrega de su orden se dio después d[fe] que el tiempo de entrega informado en la plataforma, caducara.'

Si bien es cierto que varias (no todas) de las PQR se relacionan con el tiempo de entrega de los pedidos, esta Dirección las valora de forma incompleta y llega a una conclusión, a nuestro juicio, equivocada. En primer lugar, las PQR en ningún momento indican si son prueba alguna de que los Usuarios de la Plataforma consideran los tiempos de entrega como exactos y no estimados. En segundo lugar, omite ciertos detalles de esas PQR, en las que los mismos Usuarios manifiestan que la demora en los tiempos de entrega de los productos no está en cabeza de Rappi y no se quejan con respecto a la información que se les otorga sobre el tiempo estimado. Como ejemplo, se tienen las siguientes PQR que esta Dirección no valoró ni incluyó en su imputación:

'El repartidor fue muy amable, pero el restaurante se demoró casi 1:30 en despachar el pedido. Que mal servicio de domicilios.'

'Hola, mi último pedido estuvo muy mal por parte del restaurante pues se demoraron un aproximado de hora y media elaborando el pedido, haciéndome esperar a mí y por supuesto al chico de rappi.'

'Buenas tardes, tengo una queja enorme hacia el restaurante, el cual ofrece entregar el pedido en 40 min y tardó 3 horas y media. Tengo claro que el tema no tiene que ver con el domiciliario, pues tan pronto entregaron el pedido, tardó muy poco en entregarlo.'

'Hice un pedido por Poke y el Rappitendero estuvo esperándolo casi una hora. Demasiado tiempo para un plato de comida rápida. Pésimo servicio por parte del comercio.'

'El restaurante se demoró 1 hora 20 en tener listo el pedido.'

'El restaurante Kamaos es muy demorado para despachar los servicios. A ustedes Rappi gracias.'

'El pedido tardo el doble del tiempo, destaco que después de la queja, fue inmediato la asignación y el tiempo de entrega, pero el restaurante malo, el Sushi no sabía a nada, jamás había visto que un sushi no tuviera sabor, mala calidad y el de ojo de tigre no era.'

En consecuencia, de haber realizado un análisis exhaustivo de las PQR mencionadas, esta Dirección hubiera llegado a la conclusión de que no son prueba, de un incumplimiento del literal c) del artículo 50 de la Ley 1480. Esto, aunado al hecho de que Rappi sí otorga información sobre el estado actual del pedido e informa el tiempo como estimado, lo que genera la inexistencia del incumplimiento atribuido.(...)"

Al respecto debe indicarse que los argumentos relativos al modelo de negocio de la investigada no pueden ser de recibo por este Despacho de conformidad con lo señalado en el acápite 27.1.2. En ese orden de ideas, este despacho procederá a pronunciarse únicamente respecto de las afirmaciones que no guarden relación con este aspecto, comoquiera que ya fue estudiado con anterioridad.

Así pues, resulta oportuno poner de presente que le asiste razón al apoderado de la sociedad al indicar que la norma en cuestión no exige que el tiempo de los servicios sea exacto sino que se otorgue al consumidor información sobre el mismo. De allí que precisamente lo que se haya reprochado por parte de esta Superintendencia haya sido el no informar adecuadamente los tiempos de entrega, pero no porque no se haya señalado un tiempo exacto como lo pretende hacer ver la defensa, sino porque en

ningún momento y de ninguna manera se dio a entender a los consumidores que el término señalado en la aplicación sería estimado y podría variar constantemente, por lo que consecuentemente el entendimiento era el de un tiempo cierto.

En otras palabras, esta Dirección no desconoce que puedan existir distintas variables que influyan en los tiempos de entrega. Sin embargo, cuandoquiera que estos no pueden ser determinados con exactitud, resulta indispensable que la investigada haga constar el hecho de que el plazo indicado en la plataforma corresponde un estimado, y que puede modificarse, en aras de que el consumidor pueda tener la información adecuada y necesaria para decidir si realiza el pedido o no, o si opta por otras alternativas.

Quiere decir lo anterior que, entre otros aspectos, la información sobre los tiempos de entrega debe ser oportuna, esto es, previo a la decisión de consumo. De esta manera debe aclararse que las imágenes traídas a colación en el escrito de descargos no pueden relevar a la investigada del reproche, en tanto que ambas corresponden a momentos posteriores a la transacción efectuada por el consumidor, toda vez que corresponden ya a la etapa del seguimiento del pedido.

Al respecto llama la atención como el sujeto pasivo tiene la capacidad de señalar expresamente que el tiempo es estimado únicamente con posterioridad a la decisión de compra, pero no en el momento previo cuando el plazo puede ser determinante para que se perfeccione o no la relación de consumo, induciendo claramente en error a los usuarios de la plataforma.

En ese orden de ideas, tampoco resulta válido el argumento según el cual en caso de no estar de acuerdo con el tiempo estimado el consumidor puede cancelarlo, pues este último no tiene por qué asumir la carga de perder el tiempo realizando un pedido para después cancelarlo y tener que realizar nuevamente todo el proceso con otras alternativas. Menos aún, cuando dicha situación sería consecuencia de un error en la forma como la investigada suministra la información sobre la materia.

Por otra parte, en cuanto a las reclamaciones que sirvieron de sustento a la imputación fáctica, es menester indicar que las mismas dan cuenta del entendimiento de varios de los consumidores con respecto a la manera en la que se informan los tiempos de entrega, evidenciándose que lo consideran como exacto. Conclusión a la que también se llega si se analiza la imagen allegada por la investigada mediante el radicado número N°19-66537-5 del 8 de abril de 2020, consignada en la imagen número 36 del análisis del presente sub cargo.

En cuanto a las peticiones, quejas y reclamos que trae a colación el apoderado, debe reiterarse que si bien hay algunos casos en los que el retraso pudo obedecer a los restaurantes, quien determina el tiempo de entrega total es la investigada por lo que corresponde a esta, quien es la que además los informa, tener en cuenta ese tipo de variables al momento de dar un plazo o, señalar de manera expresa previo a la decisión de consumo que ese plazo es tan solo un estimado y que se puede modificar constantemente.

Así las cosas, una vez analizadas las pruebas obrantes en el plenario, en contraste con los argumentos expuestos por la investigada en su escrito de descargos, encuentra esta Dirección que en efecto se presentó una vulneración a lo dispuesto en los artículos 23 y 50 (literal c) de la Ley 1480 de 2011, por cuanto la información proporcionada a los usuarios de la plataforma de comercio electrónico sobre los tiempos de entrega no fue clara, ni veraz, ni suficiente, ni oportuna y, por el contrario llevó a que se les indujera en error al momento de tomar su decisión de consumo al dar a entender que el tiempo de entrega señalado en el medio electrónico era exacto y no estimado. En consecuencia, a partir de las consideraciones expuestas en relación con los medios probatorios obrantes en el plenario, ineludiblemente se llega a la conclusión de que el presente sub cargo se encuentra llamado a prosperar.

27.5.2.2. Frente a que la investigada informó 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:

Sobre este particular, esta Superintendencia imputó presunta responsabilidad a la investigada, toda vez que del análisis preliminar de la información allegada por la investigada con el número de radicado 20-119287-1 del 21 de mayo de 2020, se pudo determinar que con ocasión de la celebración del día de la madre, ésta estableció el tiempo de entrega teniendo en cuenta la disponibilidad de los RAPPITENDEROS, la capacidad operativa de los Aliados Comerciales, la demanda en la solicitud de órdenes por parte de los consumidores y las distancias entre el punto de recogida de los productos y el punto de entrega final de la orden. No obstante, el tiempo de entrega informado de manera previa a la toma de la decisión de consumo, incrementó constantemente luego de realizar el pedido, sin que los consumidores recibieran si quiera información sobre las modificaciones presentadas. Situación que deviene en un incumplimiento a lo dispuesto en el literal c) del artículo 50 y en el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011 al no suministrar a los consumidores información certera sobre el tiempo de entrega del bien, concretamente sobre sus modificaciones.

Así pues, esta Dirección considera oportuno traer a colación los medios probatorios que sirvieron de sustento al presente sub cargo, para efectos de su estudio:

Extracto de la respuesta de RAPPI S.A.S. al cuarto punto del requerimiento; Radicado: 20-119287-1

"Una vez realizada una orden por parte del usuario, a este se le indica una hora estimada de entrega que puede cambiar dependiendo de las condiciones que se presenten durante el trámite de la orden. Las más comunes son las siguientes:

· Demoras, saturaciones o inconvenientes en la cocina del restaurante en el caso de este tipo de Aliados Comerciales de la Plataforma.

· Demoras o inconvenientes para que el Rappitendero encuentre y llegue al punto de venta del Aliado Comercial.

· Demoras o inconvenientes en el trayecto hacia el punto de entrega de la orden.

Cuando pasa un evento de esta naturaleza, se modifica el tiempo estimado de entrega del pedido y el usuario puede ver el cambio reflejado en la pantalla donde se ve el estado actual de la orden en tiempo real.

Durante los inconvenientes presentados el domingo 10 de mayo de 2020, los usuarios de la Plataforma podían ver la pantalla de estado de la orden, pero los sistemas de modificación del tiempo estimado de entrega estaban fallando, pues debido a la falta de capacidad operativa y funcional de la plataforma, los tiempos no se estaban actualizando correctamente."

(Subrayado fuera de texto original)

Al respecto, encuentra esta Dirección que la propia investigada, en su respuesta allegada mediante el radicado número 20-119287-1 del 21 de mayo de 2020, hace un reconocimiento sobre la falta de capacidad operativa de la plataforma para informar sobre las modificaciones en los tiempos de entrega a los consumidores que realizaban el seguimiento de su pedido, a través de dicho medio, durante la celebración del día de la madre.

Si bien en este mismo documento señala que la aplicación presentó fallas como consecuencia de la alta demanda presentada durante ese día, debe reiterarse que la sociedad no aportó prueba tendiente a acreditar sus afirmaciones, ni en la etapa preliminar de la presente investigación administrativa ni junto con su escrito de defensa. De manera que no es posible para este Despacho establecer con certeza la existencia de dicho inconveniente tecnológico.

Aun en gracia de discusión, es menester poner de presente que las posibles fallas operacionales de la plataforma son circunstancias que le resultan totalmente atribuibles al sujeto pasivo en la medida en que es este el llamado a dirigir, actuar y comprometer su actividad en el comercio por lo que le asiste la responsabilidad de adoptar e implementar todas las medidas técnicas y protocolos logísticos para garantizar el cumplimiento de sus obligaciones, dentro de estas, la de informar el tiempo de entrega del bien.

En relación con lo anterior, debe tenerse en cuenta que aunque la investigada establece un tiempo de entrega inicial, el mismo, según lo dicho en su escrito de respuesta, tuvo modificaciones constantes de las cuales los consumidores no tuvieron conocimiento en atención a lo que al parecer serían fallas en su plataforma tecnológica.

En ese sentido, y aún más cuando, como ya se señaló con anterioridad, era totalmente previsible el aumento de la demanda y consecuentemente la posibilidad de fallas en la plataforma de comercio electrónico, era deber de la investigada adoptar las medidas adecuadas y suficientes en aras de que los consumidores tuvieran información certera sobre los tiempos de entrega de sus pedidos.

Sobre este aspecto debe precisarse que pese a que en el radicado N° 20-119287-1 del 21 de mayo de 2020 se manifiesta que se implementaron algunos cambios en aras de atender la demanda que se pudiera presentar en el día de la madre, no solo no obra prueba en el plenario de las mismas sino que, de haber sido efectivamente tomadas resultarían insuficientes, pues ciertamente habrían permitido que se presentara el incumplimiento, el cual, se reitera es atribuible a circunstancias propias de la operación de la investigada.

En ese orden de ideas, es menester indicar que no puede imponerse al consumidor la carga de asumir las deficiencias operativas que se puedan presentar en el ejercicio de la actividad de la sociedad y en el funcionamiento de su aplicación y, en consecuencia, estas de ninguna manera representan una forma de exoneración de la investigada con respecto a su deber de informar adecuadamente el tiempo de entrega del bien lo cual incluye por supuesto, las modificaciones que sobre este se presenten.

En consecuencia, encuentra esta Dirección que en efecto la investigada incurrió en una infracción a lo dispuesto en el literal c) del artículo 50 de la Ley 1480, en tanto que omitió, por circunstancias propias de su actividad, informar sobre las modificaciones constantes de los tiempos de entrega respecto de los consumidores que efectuaron sus pedidos con ocasión del día de la madre. Esto, teniendo en cuenta que aun cuando sí estableció unos tiempos de entrega inicialmente, los mismos fueron aumentados sin que el consumidor tuviera conocimiento de ello.

Al respecto, es apoderado de la sociedad investigada, mediante su escrito de descargos, señaló:

"(...) La Resolución N° 82505 aduce un incumplimiento, en cabeza de Rappi, de la norma porque supuestamente no informó a los Usuarios sobre los cambios en los tiempos de entrega de los productos el 10 de mayo de 2020.

Sin embargo, esta Dirección desconoce que, como fue explicado por Rappi mediante radicado 20-119287-1 y en estos descargos, el 10 de mayo de 2020 se presentó una demanda extraordinaria de pedidos que colapsó la Plataforma e interfirió con su funcionamiento normal. Esto, como lo explicó Rappi en radicado 20-119287-1, ocasionó fallas en los sistemas de modificación del tiempo estimado, causando que éste no se actualizara de forma correcta.

A pesar de las explicaciones anteriores, esta Dirección insiste en que Rappi presuntamente incumplió el literal c) del artículo 50 de la Ley 1480. Parece indicar tal afirmación que esta Dirección considera que la norma en mención aplica ante cualquier tipo de circunstancia y sin ninguna excepción. Sin embargo, este planteamiento desconoce el principio general del derecho, constantemente reconocido por las altas cortes en Colombia, en virtud del cual 'nadie está obligado a lo imposible.' Este principio, como lo ha mencionado la Corte Constitucional, implica el reconocimiento de incidencias o eventualidades que obstaculizan o impiden el cumplimiento de una obligación.

Al respecto es importante que la Dirección tenga nuevamente en cuenta que conforme a los conocimientos que tenía Rappi previo a la festividad, y a pesar de poner en marcha varias medidas de fortalecimiento excepcional de su Plataforma, sus capacidades se vieron superadas por un fenómeno consistente en el volcamiento de servicios sobre la Plataforma sin precedentes a causa de la pandemia, que no pudo anticipar.

En el caso concreto, era imposible para Rappi informar a cada Usuario sobre las actualizaciones del tiempo de entrega de los pedidos, pues, como se mencionó, se presentaron fallas técnicas que no permitieron el funcionamiento correcto y normal de la Plataforma. A pesar de lo anterior, Rappi comunicó a sus Usuarios las dificultades presentadas con la Plataforma, a través de letreros automáticos de alta demanda y de una comunicación oficial de Matías Laks, Country Manager de la Compañía. Las pruebas de dichas comunicaciones se encuentran en la Resolución 82505. Sin embargo, llama la atención que esta Dirección no las tenga en cuenta en su argumentación frente al aducido incumplimiento del literal c) del artículo 50 de la Ley 1480.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede concluir que el incumplimiento del literal c) del artículo 50 de la Ley 1480, aducido por esta Dirección en contra de Rappi, es inexistente.(...)"

En cuanto a las afirmaciones esgrimidas en el numeral 1.2.13 del escrito de defensa, debe señalarse que no obra prueba en el plenario que permita a esta Dirección comprobar la existencia de las fallas tecnológicas aludidas, más allá de las manifestaciones traídas a colación por la investigada.

Ahora bien, aun cuando se hayan presentado tales fallas, lo cierto es que las mismas hacen parte de la operación y el funcionamiento de la plataforma de la sociedad por lo que se trata de circunstancias que le son plenamente atribuibles, máxime si se tiene en cuenta que el aumento de la demanda era previsible pues para la fecha de los hechos la única alternativa para adquirir productos alimenticios era la de acudir al comercio electrónico, toda vez que en virtud de la Resolución N°453 del 18 de marzo de 2020, se estableció que la venta de comidas y bebidas debería permanecer cerrada al público y solo podrían ofrecerse estos servicios a través de comercio electrónico. Así mismo, teniendo en consideración que mediante el Decreto 593 de 24 de abril de 2020, se prorrogó el aislamiento preventivo obligatorio, que venía presentándose desde el 22 de marzo de 2020, hasta el 11 de mayo de la misma anualidad.

Ahora bien, en cuanto al principio según el cual "*nadie está obligado a lo imposible*", esta Dirección debe señalar que este no puede ser aplicable en el caso concreto comoquiera que no se puede establecer con certeza si la obligación contemplada en el literal c) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, sería imposible de ejecutar por parte del sujeto pasivo. Esto, en la medida en que no aportó pruebas, más allá de las afirmaciones realizadas en sus escritos de respuesta y de descargos, que permitan verificar si en efecto hubo una falla en la plataforma tecnológica y si el grado de la misma impediría realmente informar a los consumidores sobre las modificaciones en los tiempos de entrega de sus pedidos.

Finalmente, el hecho de comunicar las dificultades a través de letreros de alta demanda no cumple de ninguna manera con el cometido de la norma, pues esta es clara al señalar que se debe informar el tiempo de entrega del bien. No obstante, la afirmación genérica a la que se alude no representa de ninguna forma el señalamiento de un plazo concreto frente a los pedidos específicamente realizados por los consumidores.

En ese orden de ideas, una vez analizados los elementos probatorios que sirvieron de sustento a la presente imputación fáctica, en contraste con los argumentos de la investigada, esta Dirección encuentra demostrado el incumplimiento a lo dispuesto en el literal c) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en la medida en que no se informaron las modificaciones tiempos de entrega a los consumidores que realizaron sus pedidos a través de la aplicación con ocasión de la celebración del día de la madre de 2020, pese a que dicha norma exige que dé a conocer a los consumidores la información sobre los plazos en que van a poder recibir su producto. En consecuencia, el presente sub cargo se encuentra llamado a prosperar y se impondrá la sanción a que haya lugar.

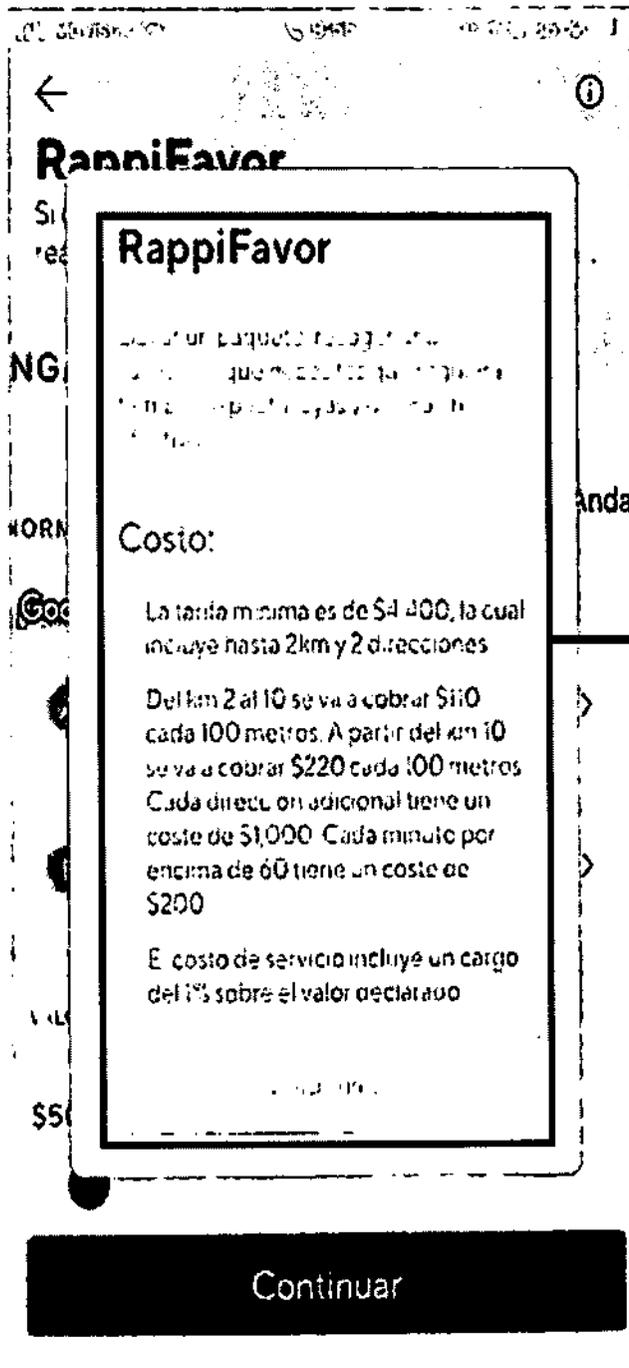
27.5.2.3. Frente a la omisión en la publicación de la totalidad de los términos, condiciones y restricciones de uso del servicio RAPPIFAVOR en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación móvil RAPPI.:

Al respecto, esta Dirección imputó presunta responsabilidad a la investigada, toda vez que al analizar preliminarmente la información allegada por ésta mediante el radicado número 20-16890-2 del 11 de febrero de 2020, en contraste con la visita administrativa realizada a la página web consignada en el expediente con el número 19-198723-10 del 27 de abril de 2020, se pudo determinar que aparentemente no tiene publicados en su totalidad los términos, condiciones y restricciones de uso del servicio RAPPIFAVOR en los medios que utiliza para ejercer actos de comercio electrónico, específicamente, en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación móvil RAPPI, toda vez que se omiten elementos como valor comercial máximo permitido, del producto que será enviado a través del servicio RAPPIFAVOR, que el RAPPITENDERO en su libre autonomía y discreción, puede rechazar transportar algún paquete o documento, las obligaciones del consumidor, entre otras. Situación que deviene en un incumplimiento a lo dispuesto en el literal d) del artículo 50 al no permitir

que las condiciones generales de sus Contratos sean fácilmente accesibles y disponibles para la consulta de los usuarios.

Así las cosas, esta Dirección considera oportuno traer a colación los medios probatorios que sirvieron de sustento al presente sub cargo, para efectos de su estudio:

Imagen N°37. Captura de pantalla aportada por RAPPI S.A.S en el Anexo 2; Radicado 20-16890-2



RappiFavor

Llevar un paquete, recoger unas llaves... lo que necesites que requiera tiempo (excepto joyas y dinero en efectivo).

Costo:

- La Tarifa mínima es de \$4.000, la cual incluye hasta 2km y 2 direcciones.
- Del km 2 al 10 se va a cobrar \$110 cada 100 metros. A partir del km 10 se va a cobrar \$220 cada 100 metros. Cada dirección adicional tiene un coste de \$1.000. Cada minuto por encima de 60 tiene coste de \$200.
- El costo de servicio incluye un cargo del 1% sobre el valor declarado.

Entendido

Imagen N°38 (Extracto visita la página web <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones/>; minuto 05:03.
Radicado 19-198723-10)

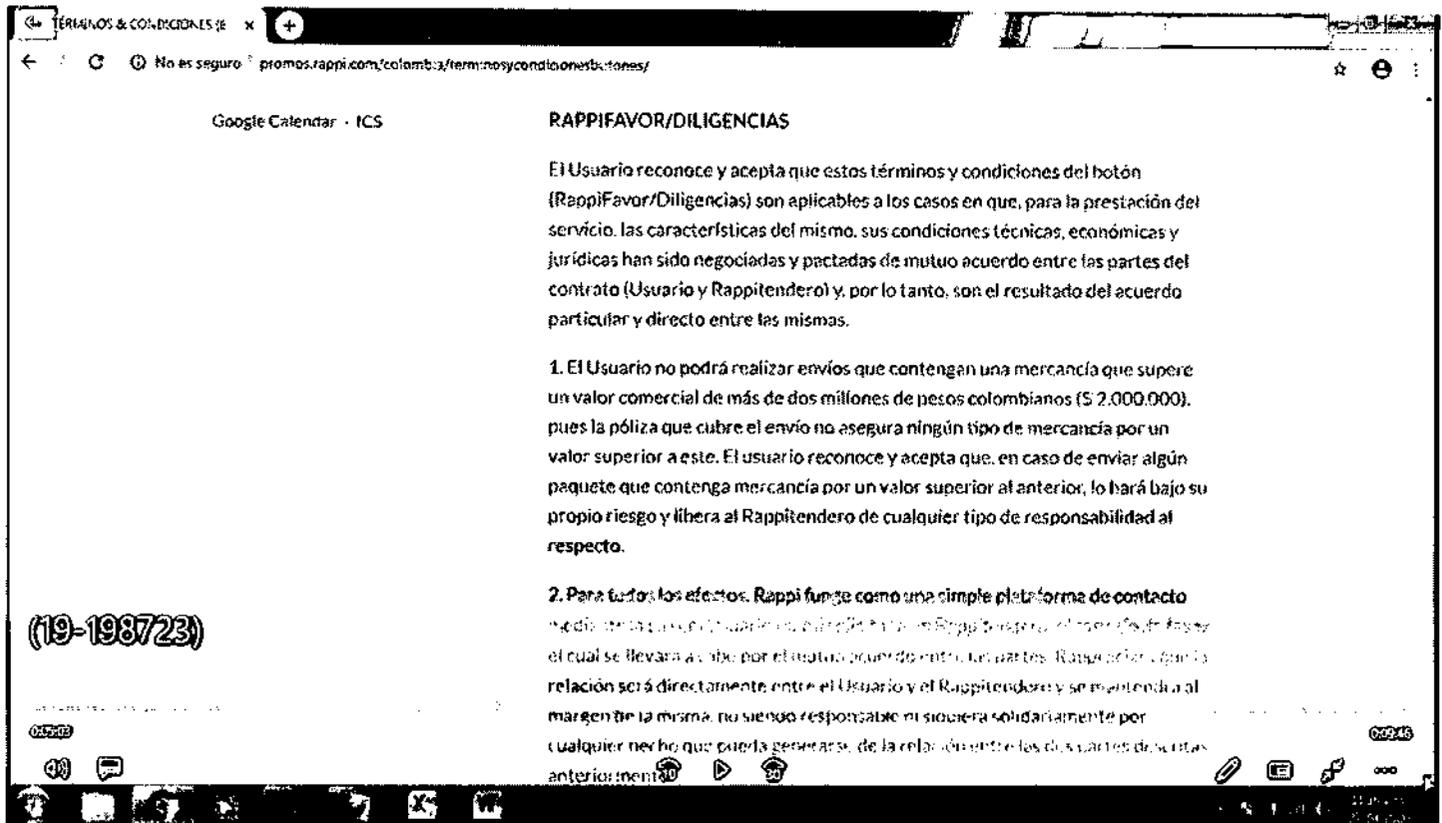


Imagen N°39 (Extracto visita la página web <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones/>; minuto 05:08.
Radicado 19-198723-10)

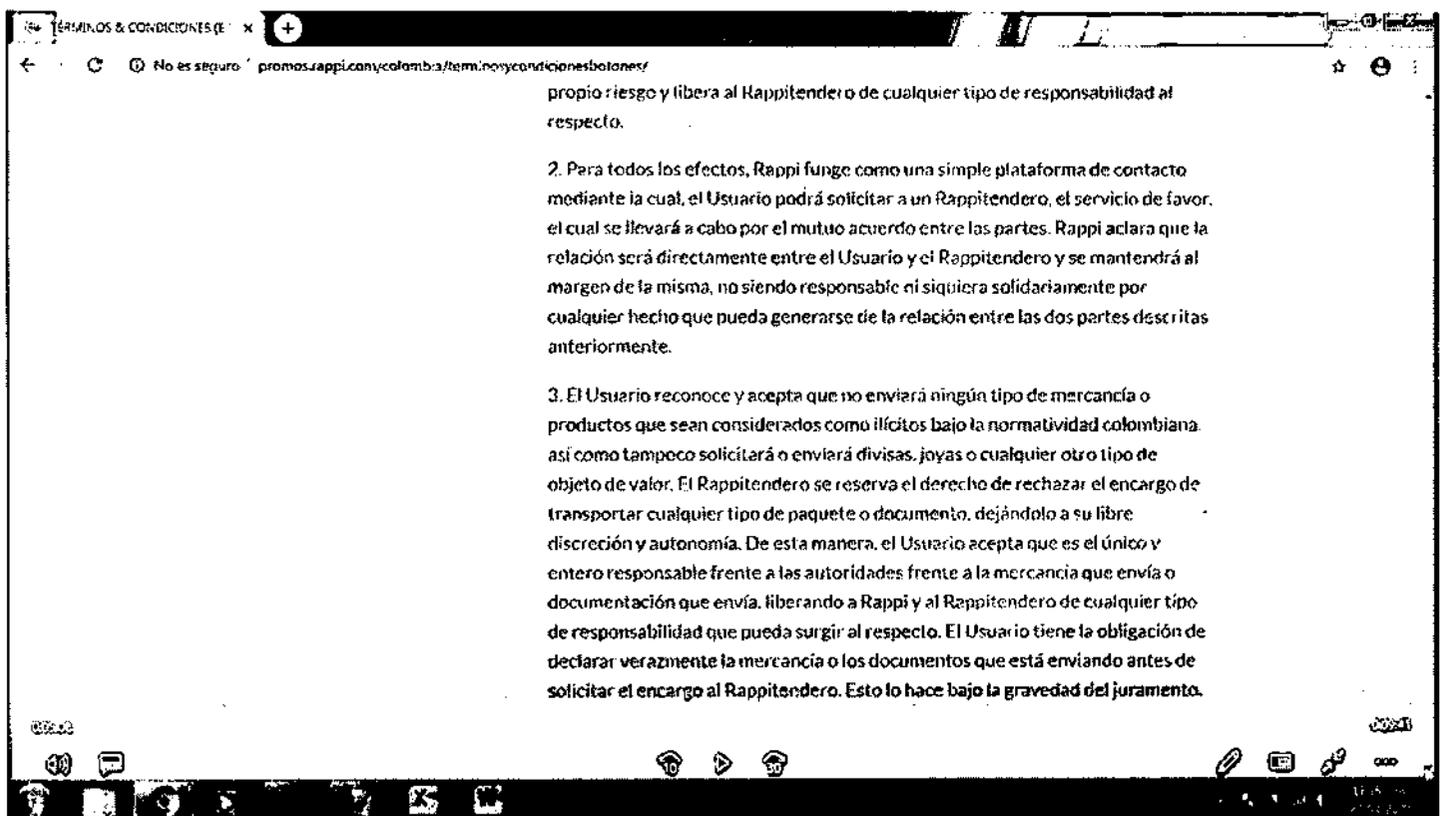
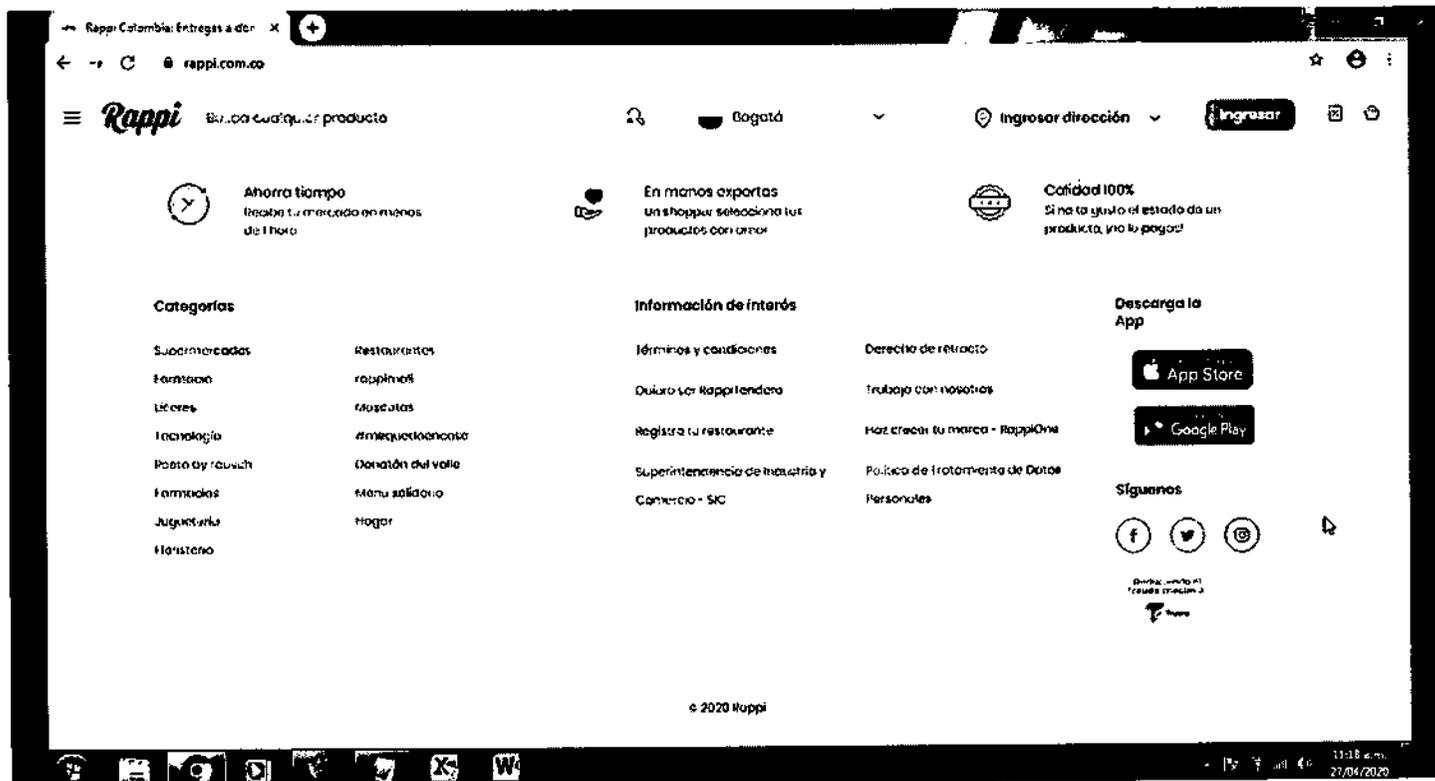


Imagen N°40 (Extracto visita la página web <http://www.rappi.com.co/>; minuto 06:42. Radicado 19-198723-10)



La imagen N°37 corresponde a la información que se suministra a los consumidores a través de la plataforma móvil de la que dispone la investigada para perfeccionar sus relaciones de consumo. En esta, se puede advertir la descripción del servicio de rappifavor, así como lo relacionado con sus tarifas. Sin embargo, no existe mención ni remisión alguna a la totalidad de los términos y condiciones que resultan aplicables para este tipo de servicio.

A su turno, las imágenes N°38 y N°39, contienen los términos y condiciones de dicho servicio que se encuentran publicados en la página web <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones>. En estas se puede evidenciar información sobre el valor comercial máximo permitido, el cual sería de 2.000.000 COP, la posibilidad de que el rappitendero se reserve el derecho de rechazar el encargo, las obligaciones del consumidor con relación a la declaración de la mercancía que envía, entre otros aspectos.

Por otra parte, la imagen N°40 corresponde a la visita de inspección realizada a la página web <http://www.rappi.com.co/> en la que se puede evidenciar una serie de enlaces disponibles referentes a las categorías y a la información de interés. Sin embargo, no se observa que en ninguno de los apartados se haga referencia alguna a los términos y condiciones del servicio de rappifavor, pues lo máximo que se realiza es una mención a los términos generales del uso de la plataforma.

En ese entendido, resulta importante poner de presente que los medios a través de los cuales la investigada ejerce sus actividades de comercio electrónico son fundamentalmente la aplicación móvil y, además, la página web <http://www.rappi.com.co/>. En consecuencia, es en estos en donde en todo momento debe constar los términos y condiciones del servicio de rappifavor, de manera fácilmente accesible y disponible para su consulta, por lo que la publicación que se encuentra presente en el enlace <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones> no genera de ninguna manera el cumplimiento de la normativa descrita, en tanto que no corresponde a ninguno de los medios a través de los cuales el consumidor realiza la transacción.

Sobre este aspecto debe tenerse en cuenta que el cometido de la norma es que el consumidor pueda tener conocimiento de las circunstancias que rodean su decisión de compra tanto antes como después de perfeccionada la relación de consumo. De esta manera, el hecho de que en ninguno de los dos medios se realice la publicación, sino en otro completamente diferente al que emplean los consumidores para adquirir sus productos, impide que estos tengan acceso de manera sencilla a las condiciones generales en lo que respecta a este tipo de servicio. Situación que ciertamente configura una infracción a lo establecido en el literal c) del artículo 50 de la Ley 1480.

Al respecto, el apoderado de la sociedad investigada, mediante su escrito de descargos, manifestó:

"(...) Con respecto al cargo nos corresponde señalar que, en concordancia con lo expuesto en el capítulo anterior, no es cierto que los términos y condiciones que regulan este servicio no se encuentren publicados de conformidad con la norma señalada. Precisamente en el link <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones> al que se ha hecho alusión anteriormente, están publicadas las condiciones y restricciones de este servicio.

Las reglas del portal de contacto aplicables a la formulación del encargo y consecuente aceptación o rechazo de parte del Rappitendero, como parte del servicio de Rappifavor, están contenidas en los Términos y Condiciones (Específicos) Botones/Secciones Rappi de Rappi.

Reiteramos nuevamente que por el hecho de que este texto no se encuentre publicado en un link que necesariamente tenga en su dominio la indicación .co, no quiere decir que no están disponibles y se materialice una infracción al literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, dado que la norma no establece ese parámetro puntual sino el de poner a disposición de los consumidores, para consulta, descarga y verificación, los términos y condiciones que rigen un servicio.

El cargo formulado en contra de Rappi a través de la Resolución N° 82505 de 2020 fue complementado por la Dirección con la siguiente afirmación: 'encuentra esta Dirección que la única información que RAPPI S.A.S. suministra a los consumidores a través de su aplicación móvil, referente a las condiciones del servicio RAPPIFAVOR, es la plasmada en la imagen anteriormente reproducida [imagen N° 8], la cual, corresponde a información sobre los costos del servicio en mención, por lo cual, se advierte que RAPPI S.A.S., al parecer, no tiene publicados de manera completa los términos, condiciones y restricciones generales del servicio RAPPIFAVOR en la aplicación móvil de RAPPI, como lo es, el valor comercial máximo permitido, del producto que será enviado a través del servicio RAPPIFAVOR, que el RAPPITENDERO en su libre autonomía y discreción, puede rechazar transportar algún paquete o documento, las obligaciones del consumidor, entre otras cosas, como si se encuentran publicadas en el enlace <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones>, al cual, esta Dirección le realizó una visita de inspección el día 27 de abril de 2020.'

Frente a lo sostenido manifestamos que la Dirección incurrió en un error de interpretación, ya que no es cierto que la única información suministrada a los Usuarios sobre el Rappifavor es la que se despliega al momento de utilizar el servicio en la Plataforma. En adición a ella, en todo momento a través del link mencionado, los Usuarios pueden encontrar información puntual acerca del funcionamiento de este servicio.

La información a la que hace alusión la Dirección, y que es replicada en la imagen N°8 de la Resolución N° 82505 de 2020, son los datos que arroja la aplicación para resumir los datos más importantes que debe tener en cuenta el Usuario para cada ocasión en la que se dispone a solicitar un Rappifavor al Rappitendero, los cuales deben ser complementados con los Términos y Condiciones que rigen, en su generalidad, los Rappifavores.

Esta confusión en la que incurrió la Dirección la llevó a equiparar los Términos y Condiciones del servicio de Rappifavor, con la información puntual que la Plataforma les suministra a los Usuarios a manera de resumen relevante para cada transacción que realizan a través de la misma. Esta información debe ser interpretada en compañía de los Términos y Condiciones publicados en el link señalado, en el cual son consultables en todo momento la totalidad de reglas que aplican al mencionado servicio.

Por ello, respetuosamente consideramos que la Dirección no realizó una interpretación integral de las pruebas allegadas por Rappi, toda vez que para emitir juicios sobre el presunto incumplimiento o cumplimiento de una norma acerca de la publicación de términos y condiciones, únicamente tuvo en cuenta una fracción de aquella acerca de la información entregada al momento de formular un Rappifavor, pero no las analizó de forma integral junto con los Términos y Condiciones (Específicos) Botones/Secciones Rappi, en donde se encuentra una descripción integral del servicio. En otras palabras, no realizó un análisis integral de los documentos allegados por Rappi y que la misma Dirección citó en el pliego de cargos.

En conclusión, teniendo en cuenta que Rappi no actúa como proveedor o productor de los bienes o servicios que se comercializan a través de la Plataforma, de lo cual se desprende la inaplicabilidad del deber supuestamente infringido, pero que a pesar de ello tiene publicados los términos y condiciones que rigen el servicio de Rappifavor a través de su plataforma de contacto, consideramos de manera respetuosa que la Dirección debe proceder con el archivo del cargo por la supuesta infracción del literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011 con respecto al Rappifavor.(...)"

Sobre el particular debe precisarse que esta Dirección no desconoce que los términos y condiciones que regulan el servicio de rappifavor se encuentren publicados en el enlace <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones>. Por el contrario, desde el pliego de cargos se estableció expresamente esta circunstancia. Sucede, sin embargo, que lo que se reprochó fue el hecho de que allí se evidenciara que existen unas condiciones generales para este servicio que no son publicadas en los medios a través de los cuales se perfeccionan las relaciones de consumo, concretamente la aplicación móvil y, además, la página web <http://www.rappi.com.co/>.

Así mismo cabe aclarar que es cierto que el literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011 no establece el parámetro de que la información sobre las condiciones generales del servicio esté en disponibles en un dominio .co, ni mucho menos es eso lo que se cuestiona por parte de esta entidad, pues ni siquiera se hace referencia a ello en la imputación. Cosa distinta es que la norma si exige que las condiciones generales de los contratos, en este caso relacionados con el servicio de rappifavor, estén publicadas en los mismos medios en los que se ejecutan las actividades de comercio electrónico, que según se ha podido determinar a lo largo del proceso son la aplicación móvil y, además, la página web <http://www.rappi.com.co/>, en las cuales, como quedó comprobado, se omite la obligación.

En la misma línea, es necesario señalar que no hubo un error de interpretación por parte de esta Autoridad pues, se reitera, se reconoce que la información aludida está contenida en el enlace <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones>. Sin embargo, lo que se requiere de conformidad con la normativa es que se encuentre publicada en la móvil y en la página web <http://www.rappi.com.co/>, por ser estos los medios a través de los cuales se adquiere el servicio.

Por otra parte, en cuanto a la información contenida en la imagen N°8 del pliego de cargos y N°37 del presente acto administrativo, no es cierto que contenga los datos más importantes que deba tener en cuenta el usuario al momento de solicitar un *rappifavor* pues, elementos como por ejemplo la posibilidad de que el *rappitendero* rechace el mismo son fundamentales para el conocimiento del consumidor antes y después de realizar la transacción.

Así mismo, cabe señalar que aun cuando en la imagen corresponda a un resumen de los datos más importantes, la información completa sobre los términos y condiciones del servicio debe constar en la plataforma y en la página web de la sociedad, en ese sentido, aunque resultara admisible el argumento de que la imagen debe ser interpretada en conjunto con los términos y condiciones, lo cierto es que estos no se encuentran en los medios electrónicos que emplea la investigada para la realización de sus transacciones comerciales.

Finalmente, debe señalarse que contrario a lo manifestado por el apoderado, esta Dirección sí tuvo en cuenta la integridad de las pruebas allegadas por la sociedad, en tanto que precisamente a partir del análisis del link sobre los términos y condiciones botones <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones>, fue que se evidenció que los medios por los cuales se perfeccionan las relaciones de consumo no contaban con la totalidad de la información referente a las condiciones generales del *rappifavor*.

En ese orden de ideas, esta Dirección encuentra demostrado el incumplimiento de lo dispuesto en el literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en tanto que a partir del análisis de los medios probatorios que sirvieron de sustento a la imputación fáctica, en contraste con los argumentos traídos a colación por el apoderado de la investigada, se pudo constatar que la investigada omitió publicar en el mismo medio y en todo momento las condiciones generales del servicio de *rappifavor* para que estas fueran fácilmente accesibles y disponibles para su consulta, impresión y descarga, antes y después de realizada la transacción, así no se haya expresado la intención de contratar. En consecuencia, el presente sub cargo está llamado a prosperar y se impondrá la sanción administrativa a la que haya lugar.

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.

Al respecto, esta Dirección imputó presunta responsabilidad a la investigada, toda vez que al analizar preliminarmente la información allegada por ésta mediante el radicado número 19-198723-9 del 22 de enero de 2020, en contraste con la visita administrativa realizada a la página web consignada en el expediente con el número 19-198723-10 del 27 de abril de 2020, se pudo determinar que aparentemente no tiene publicados los términos, condiciones y restricciones de la comercialización de bebidas alcohólicas en los medios que utiliza para ejercer actos de comercio electrónico, específicamente, en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación móvil RAPPI. Situación que deviene en un incumplimiento a lo dispuesto en el literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, al no permitir que las condiciones generales de sus Contratos sean fácilmente accesibles y disponibles para la consulta de los usuarios.

Así las cosas, esta Dirección considera oportuno traer a colación los medios probatorios que sirvieron de sustento al presente sub cargo, para efectos de su estudio:

Imagen N°41 Captura tomada del Anexo 4.5. aportado por RAPPI S.A.S.; Radicado: 19-198723-9; minuto 00:21



Imagen N°42 (Extracto visita la página web <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones>; minuto 05:21. Radicado 19-198723-10)

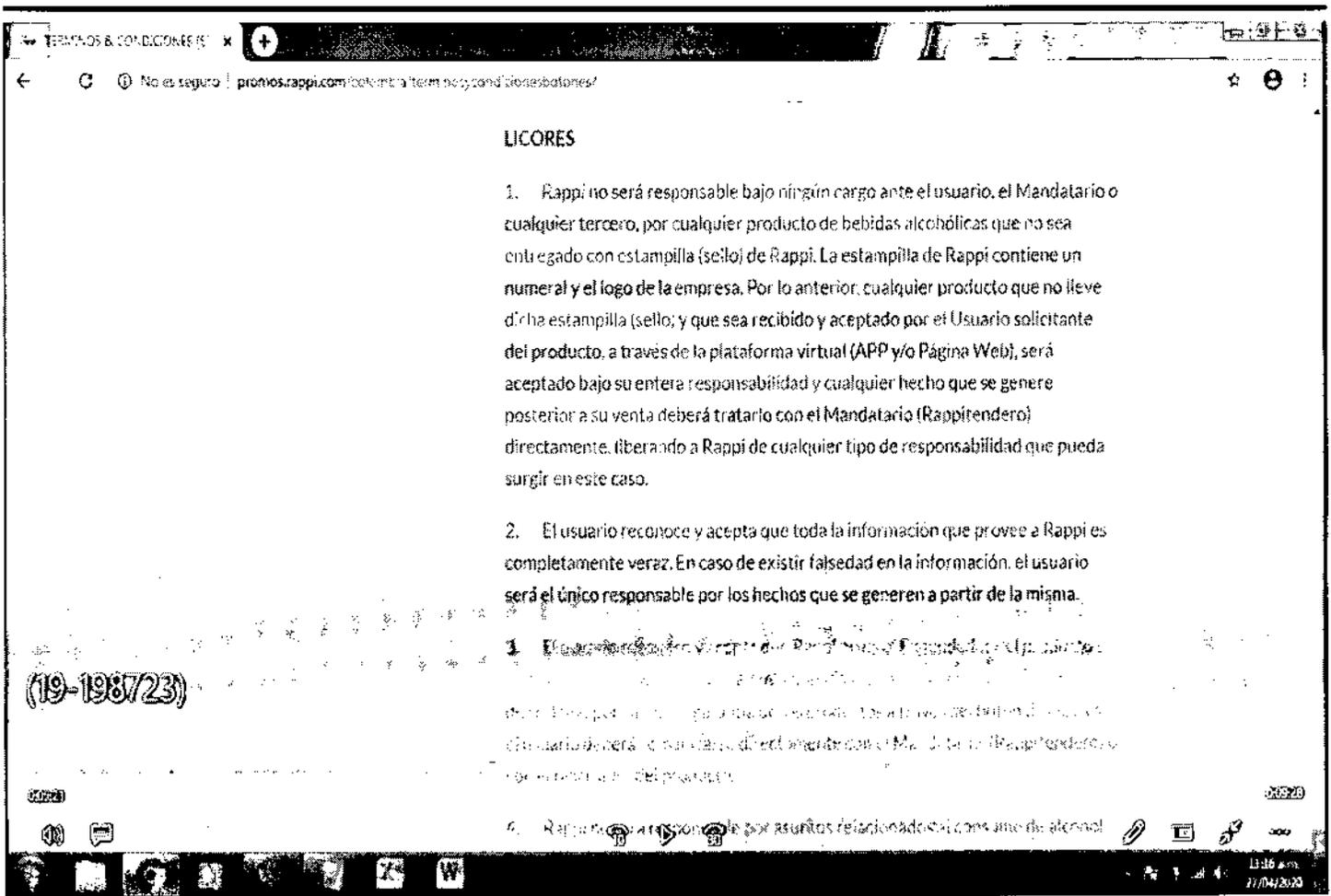


Imagen N°43 (Extracto visita la página web <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones/>; minuto 05:24. Radicado 19-198723-10)

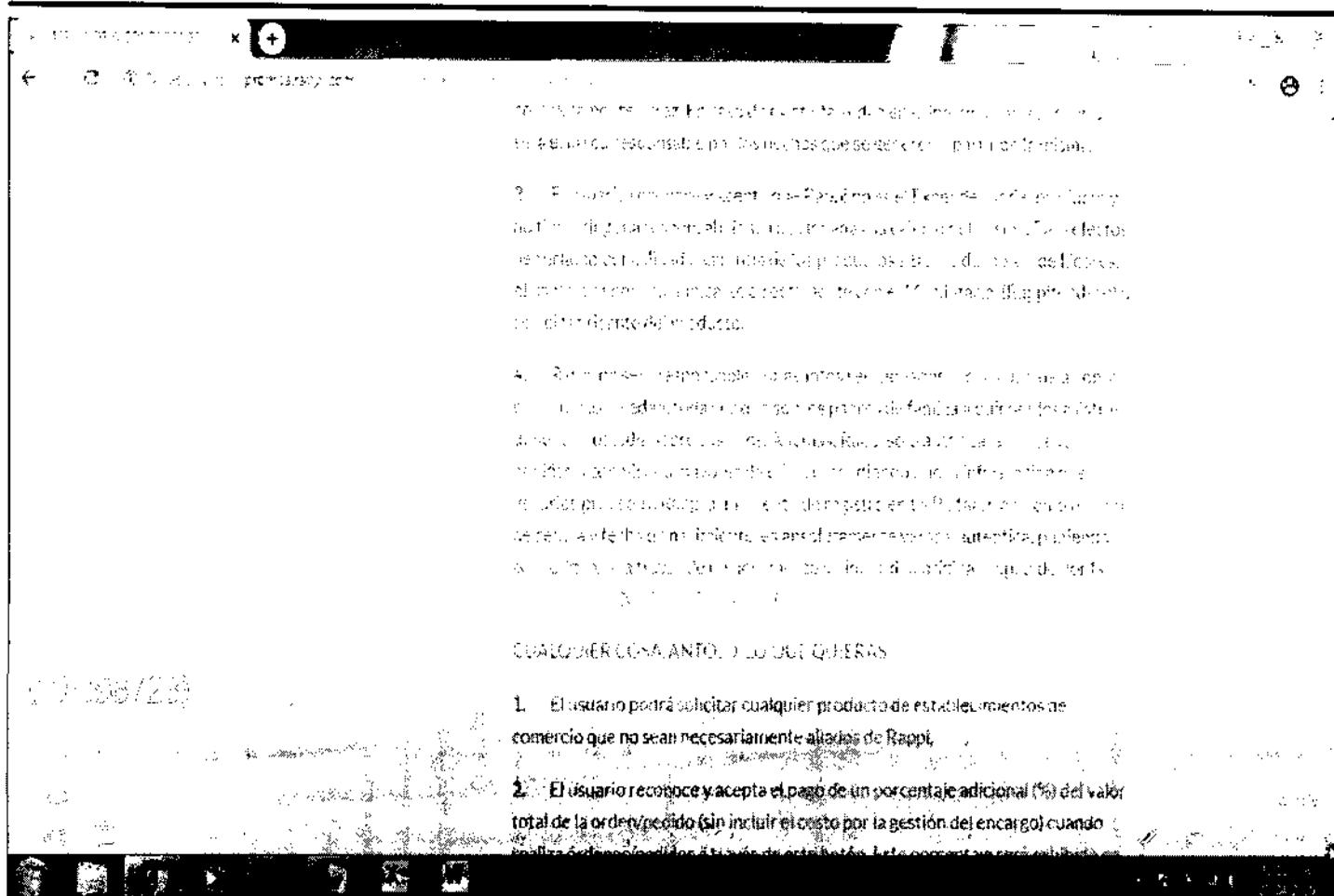
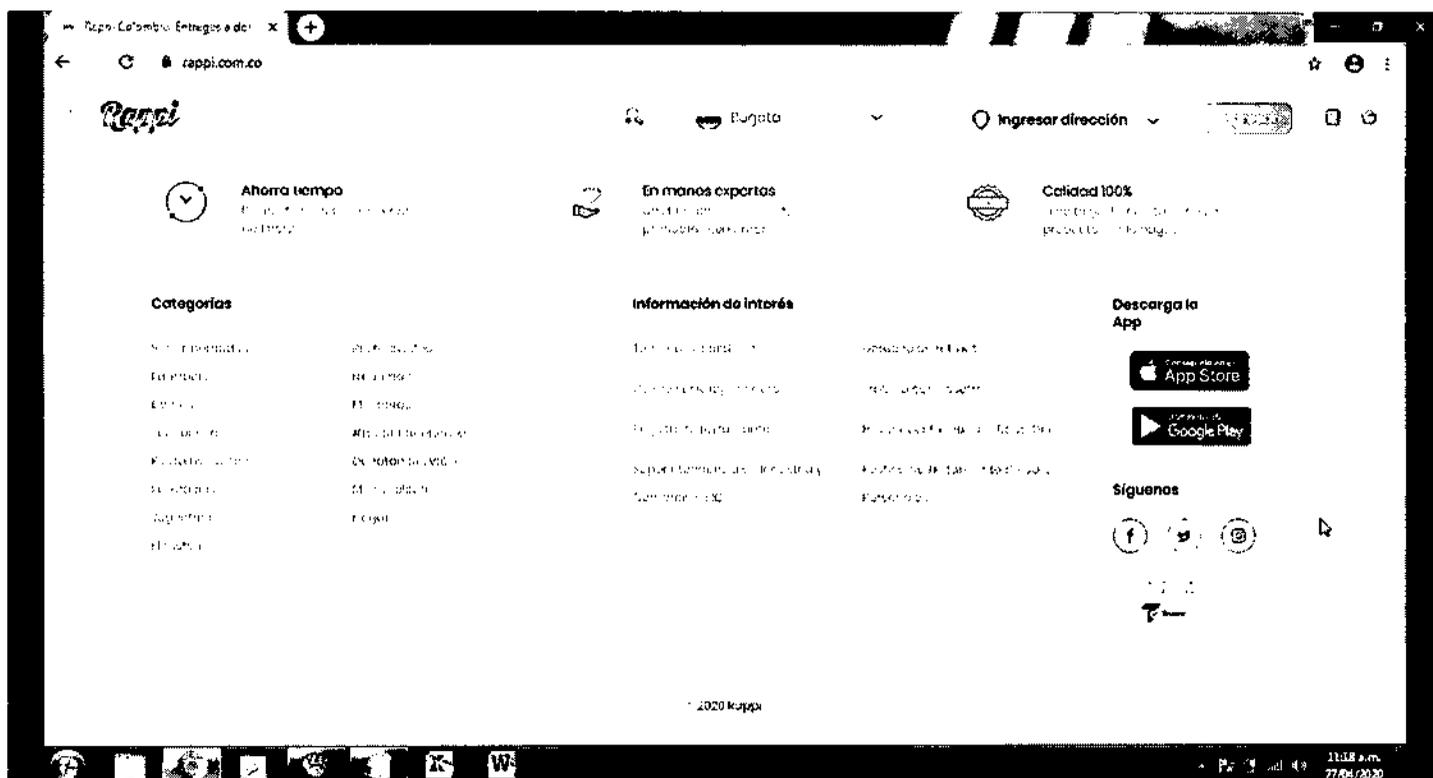


Imagen N°44 (Extracto visita la página web <http://www.rappi.com.co/> ; minuto 06:42. Radicado 19-198723-10)



La imagen N°41 corresponde a la información que se suministra a los consumidores a través de la plataforma móvil del sujeto pasivo en la que aparece una advertencia de verificación de edad para el caso de un usuario que tenga por finalidad la de adquirir bebidas alcohólicas.

Por otra parte, en lo que respecta a las imágenes N°42 y N°43, se evidencia que [REDACTED] según lo dicho por la investigada en su escrito radicado con el número 19-198723-9 del 22

de enero de 2020. En estas se pueden evidenciar por ejemplo, que la sociedad **RAPPI S.A.S.** no se hace responsable por la entrega sin estampilla de productos con licor, ni por el consumo de estos por parte de menores de edad, entre otros aspectos.

Ahora bien, en lo que atañe a la imagen N°44, se tiene que esta corresponde a la visita de inspección realizada a la página web <http://www.rappi.com.co/> en la que se puede advertir una serie de enlaces disponibles en relación con las categorías y la información de interés. No obstante, no se observa que en ninguno de los apartados se haga referencia alguna a los términos y condiciones para la comercialización de productos nocivos para la salud, pues al igual que en el sub cargo anterior, lo máximo que se realiza es una mención a los términos generales del uso de la plataforma.

Así las cosas, es menester reiterar que los medios a través de los cuales la investigada ejerce sus actividades de comercio electrónico son fundamentalmente la aplicación móvil y, además, la página web <http://www.rappi.com.co/>. Por ende, es en estos en donde en todo momento debe constar la publicación de los términos y condiciones para la comercialización de productos nocivos para la salud, de manera fácilmente accesible y disponible para su consulta. Esto, en la medida en que el propósito de la norma es que el consumidor pueda tener conocimiento de las circunstancias que rodean su decisión de compra tanto antes como después de perfeccionada la relación de consumo.

En ese orden de ideas, el hecho de que en ninguno de los dos medios se realice la publicación, sino en otro completamente diferente al que emplean los consumidores para adquirir sus productos en el comercio electrónico, impide que estos tengan acceso de manera sencilla a las condiciones generales en lo que respecta para la comercialización de productos nocivos para la salud. Situación que ciertamente configura una infracción a lo establecido en el literal c) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, por lo que, salvo que una vez analizados los argumentos de defensa de la investigada se logre determinar la existencia de una causa extraña, el presente Sub-cargo se encuentra llamado a prosperar pues los medios probatorios que fueron estudiados dan cuenta del mencionado incumplimiento.

Sobre el particular, el apoderado de la investigada, al ejercer su derecho de defensa manifestó:

"(...) Lo primero que debemos señalar es que el presente cargo en torno a la publicación de los Términos y Condiciones que rigen esta actividad, ha sido imputado de manera indebida, toda vez parte de una norma que no le es exigible a Rappi en su calidad de portal de contacto. El literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011 establece una obligación que está en cabeza de los establecimientos que actúan en calidad de comercializadores o proveedores de bienes a través de actividades de comercio electrónico.

Al no ser Rappi un proveedor ni un comercializador de bebidas embriagantes a través de actividades de comercio electrónico, la obligación contenida en dicha norma no es aplicable. Veamos la redacción de la norma y a quién se encuentra dirigida:

(...)

El enunciado de la norma y su contenido están dirigidos de forma exclusiva a los comercializadores de bienes y servicios a través de comercio electrónico, más no a los actores del mercado que actúan como portales de contacto. Lo anterior se desprende, no solo del enunciado de la norma, sino también de lo regulado en el mismo literal que aplica a las transacciones electrónicas perfeccionadas entre los consumidores y los comercializadores o expendedores de productos.

Dado que Rappi no actúa en la calidad en la que actúan los Aliados Comerciales y que no comercializa bebidas alcohólicas, el cargo formulado en su contra no puede estar destinado a prosperar, por cuanto deja de lado la naturaleza jurídica de su negocio y el rol de intermediación que desempeña en las transacciones realizadas entre el comercializador y los consumidores.

No obstante lo anterior, dado que la comercialización de licor puede comprometer los intereses superiores de los niños, niñas y adolescentes, Rappi ha diseñado e implementado los Términos y Condiciones (Específicos) Botones/Secciones Rappi. Es preciso aclarar que estos Términos y Condiciones no rigen de ninguna manera la relación comercial que surge entre los Usuarios finales de la plataforma y los Aliados Comerciales que comercializan las bebidas

alcohólicas, sino que establece las reglas aplicables a estos pedidos que son perfeccionados a través de la Plataforma.

Esta distinción es ampliamente relevante, dado que al confundir las reglas que rigen las transacciones comerciales entre establecimientos y consumidores con las que rigen la intermediación entre ambos actores, se desconoce la naturaleza jurídica de Rappi mezclando indebidamente sus servicios con los ofrecidos por los Aliados Comerciales.

Así pues, se trata de unos Términos y Condiciones que rigen la actividad de Rappi como plataforma de contacto en la que los Aliados Comerciales exhiben, ofrecen y comercializan bebidas alcohólicas y no los actos de comercio perfeccionados entre Aliados Comerciales y Usuarios.

Aclarado lo anterior, pasamos a señalar que a pesar de que la obligación contenida en el literal d) del artículo 50 del Estatuto no le es exigible a Rappi, el investigado tiene publicados en su página web los Términos y Condiciones que rigen el contacto entre Aliados Comerciales y Usuarios para la compra de bebidas alcohólicas.

Para ello, basta con que la Dirección se remita a la página web disponible para consulta en Colombia: <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones>, en la que están descritas las reglas antes referenciadas para la compra de este tipo de productos por parte de los Usuarios finales del mismo.

Ahora bien, la Dirección considera incumplida esta obligación por el hecho de que dichos Términos y Condiciones no estén publicados en el dominio web <http://www.rappi.com.co/> frente a lo cual queremos transmitirle a la Dirección la tranquilidad de que por el hecho de que no estén publicados en un link que termine con el dominio .co, como parece reprochar, no quiere decir que estos no estén disponibles en cualquier momento para los Usuarios, ni tampoco que no sean fácilmente accesibles para su impresión y descarga por parte de estos desde cualquier computador de Colombia o del mundo.

Al respecto, nos corresponde precisar que ni la Ley 1480 de 2011, la Circular Única de la SIC ni ninguna otra norma, exigen que cuando un documento sea publicado en la web, este debe estar en un link que explícitamente tenga la terminación .co, dado que la finalidad de la norma es que, para el caso concreto de los Términos y Condiciones de un servicio, estos sean consultables en cualquier momento por los consumidores. Esta disponibilidad se encuentra absolutamente garantizada con la publicación de los Términos y Condiciones (Específicos) Botones/Secciones Rappi en el link <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones> para informar las reglas aplicables a la Plataforma como el portal de contacto para la compra de bebidas embriagantes

Debe tenerse en cuenta que la norma exige que estos estén publicados en el mismo medio y en todo momento al servicio de los Usuarios, lo cual es acreditado a cabalidad por Rappi así no se entienda como comercializador de productos sino como portal de contacto, dado que los mencionados Términos y Condiciones siempre han estado y están disponibles en internet, el cual es el medio en el que se ofrecen los servicios de Rappi.

Al estar acreditado que Rappi tiene publicado los Términos y Condiciones que rigen el uso de su Plataforma de contacto para la compra de bebidas alcohólicas, consideramos respetuosamente que la Dirección debe descartar la imputación en su contra por la supuesta infracción del literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011.(...)"

En cuanto a la primera parte de la argumentación esgrimida por la investigada frente a este sub cargo debe reiterarse una vez más que la naturaleza del negocio que realiza ya ha sido discutida previamente en otras y en esta decisión, llegando a la conclusión de que funciona como un proveedor habitual de bienes y/o servicios a través de comercio electrónico por lo que claramente los términos y condiciones que rigen la adquisición de bebidas alcohólicas hacen parte de la relación comercial que surge con los consumidores que utilizan la plataforma, y no son, como lo pretende hacer ver la defensa, aquellos que regulan la actividad de la sociedad como portal de contacto.

De esta manera, y al igual que en la sub imputación estudiada en el acápite inmediatamente anterior, debe señalarse que esta Superintendencia no desconoce que los términos y condiciones aludidos se encuentren publicados en el enlace <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones>.

No obstante, el objeto de reproche giró en torno al hecho de que allí se evidenciara que existen unas condiciones y restricciones generales para la comercialización de los productos nocivos para la salud, como lo son las bebidas alcohólicas y los productos de tabaco, que no se encuentran publicadas en los medios a través de los cuales se perfeccionan las relaciones de consumo, concretamente la aplicación móvil y, además, la página web <http://www.rappi.com.co/>.

En ese orden, se reitera que el literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011 no establece el parámetro de que la información sobre las condiciones generales del servicio estén en disponibles en un dominio .co, así como tampoco dicha circunstancia fue objeto de cuestionamientos por parte de esta entidad, pues lo que se reprochó tiene que ver con el hecho de que la norma exige que las condiciones generales de los contratos, en este caso relacionados con la comercialización de los productos nocivos para la salud, estén publicadas en los mismos medios en los que se ejecutan las actividades de comercio electrónico, esto es, la aplicación móvil y, la página web <http://www.rappi.com.co/>, en las cuales no se incorporó lo requerido.

En línea con lo anterior debe precisarse que no basta con que los términos y condiciones relativos a la adquisición de bebidas alcohólicas a través de la plataforma RAPPI se puedan encontrar en internet, pues no puede imponérsele al consumidor la carga de entrar a un navegador a buscar en donde se encuentra este documento. Por el contrario, la finalidad de la norma está precisamente en que los usuarios de las plataformas de comercio electrónico puedan acceder de manera fácil y sencilla a las condiciones que rigen el servicio. De allí que la exigencia de su publicación se predique respecto del mismo medio a través del cual se realizan las actividades de comercio electrónico.

En ese orden de ideas, esta Dirección encuentra demostrado el incumplimiento de lo dispuesto en el literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en tanto que a partir del análisis de los medios probatorios que sirvieron de sustento a la imputación fáctica, en contraste con los argumentos traídos a colación por el apoderado de la investigada, se pudo constatar que la investigada omitió publicar en el mismo medio y en todo momento las condiciones generales relacionadas con la adquisición de bebidas alcohólicas para que estas fueran fácilmente accesibles y disponibles para su consulta, impresión y descarga, antes y después de realizada la transacción, así no se haya expresado la intención de contratar. En consecuencia, el presente sub cargo está llamado a prosperar y se impondrá la sanción administrativa a la que haya lugar.

27.5.3. Consideraciones frente a los argumentos expuestos por el tercero interesado.

"(...) Frente a este particular es necesario anotar que la norma le impone a RAPPI la obligación de publicar sus términos y condiciones para la comercialización de productos nocivos en el mismo medio, esto es, es la web <http://www.rappi.com.co/>. No es posible argüir que se está cumpliendo debidamente lo establecido en la norma porque el documento se encuentra disponible en internet como lo sostiene RAPPI. Es necesario que cualquier persona que accede al sitio web principal pueda encontrar este documento. Por tanto, se verifica la conducta imputada por la SIC en esta imputación fáctica.

Adicionalmente, resulta necesario anotar que los términos y condiciones de RAPPI deben establecer condiciones efectivas de protección de la infancia y la adolescencia frente al consumo de bebidas alcohólicas. Específicamente deben prevenir que los menores de dieciocho (18) años adquieran estos productos, pero también deben asegurar que los Rappitenderos no los entreguen a personas que no acrediten la mayoría de edad. Este es un elemento fundamental, que merece ser corregido para evitar situaciones como las que han dado lugar a la presente actuación administrativa.(...)"

Al respecto, teniendo en cuenta las consideraciones establecidas con anterioridad, corresponde a esta Dirección señalar que acoge los argumentos expuestos por el tercero interesado con relación a este sub cargo, agregando que la obligación de incorporar la información sobre los términos y condiciones para la comercialización de los productos nocivos no solamente sería predicable de la página web, sino en la aplicación móvil de la investigada, pues es en ambos medios que la investigada ejerce sus actividades de comercio electrónico.

Finalmente, en lo atinente a la verificación de la edad y la adquisición de productos nocivos por parte de menores de edad, esta Autoridad debe señalar que aunque le asiste razón al tercero interesado,

tal situación no configuró el objeto de reproche en lo que a este sub cargo se refiere, por lo que tal argumento no podrá ser tenido en cuenta en este aspecto particular de la decisión.

27.5.5. Así las cosas, una vez analizadas las pruebas, en contraste con los argumentos esgrimidos tanto por la investigada como por el tercero interesado, así mismo, teniendo en cuenta que aquella no alegó ni probó causa extraña que justificara su actuar, este Despacho encuentra demostrada la infracción a lo dispuesto en los artículos 23 y 50 en sus literales c) y d) de la Ley 1480 de 2011, por: i) informar un tiempo de entrega estimado y no exacto o real; ii) haber informado a los consumidores el 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; iii) no tener publicados los términos, condiciones y restricciones de uso del servicio RAPPIFAVOR en los medios que utiliza para ejercer actos de comercio electrónico y iv) no tener publicados los términos, condiciones y restricciones de la comercialización de bebidas alcohólicas, en los medios que utiliza para ejercer actos de comercio electrónico. En consecuencia, la presente imputación fáctica está llamada a prosperar y se impondrá la sanción a la que haya lugar.

27.5.6. Conclusiones frente a la imputación fáctica N°3:

En consideración de lo expuesto, esta Dirección encuentra que la investigada vulneró lo dispuesto en el artículo 23 y en el literal c) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011 por cuanto la información proporcionada a los usuarios de la plataforma de comercio electrónico sobre los tiempos de entrega no fue clara, ni veraz, ni suficiente, ni oportuna y, por el contrario llevó a que se les indujera en error al momento de tomar su decisión de consumo al dar a entender que el tiempo de entrega señalado en el medio electrónico era exacto y no estimado.

Así mismo, se evidenció una trasgresión por parte del sujeto pasivo al literal c) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en la medida en que no se informaron las modificaciones de tiempos de entrega a los consumidores que realizaron sus pedidos a través de la aplicación con ocasión de la celebración del día de la madre de 2020, pese a que dicha norma exige que dé a conocer a los consumidores la información sobre los plazos en que van a poder recibir su producto.

Por otra parte, se advirtió una infracción a lo establecido en el literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, por cuanto se pudo constatar que la investigada omitió publicar en el mismo medio y en todo momento las condiciones generales del servicio de *rappifavor* para que estas fueran fácilmente accesibles y disponibles para su consulta, impresión y descarga, antes y después de realizada la transacción, así no se haya expresado la intención de contratar.

Igualmente, en razón a que se pudo verificar que omitió publicar en el mismo medio y en todo momento las condiciones generales relacionadas con la adquisición de bebidas alcohólicas para que estas fueran fácilmente accesibles y disponibles para su consulta, impresión y descarga, antes y después de realizada la transacción, así no se haya expresado la intención de contratar.

En ese orden de ideas, para este Despacho resulta evidente que cada uno de los cuatro sub cargos que componen la presente imputación fáctica están llamados a prosperar por inobservancia de los literales c) y d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 23 de la mismo cuerpo normativo y, en consecuencia, se impondrá la sanción a la que haya lugar, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011.

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:

26.6.1. Generalidades de la protección de los niños, niñas y adolescentes en el comercio electrónico:

En este cargo, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor le imputó una presunta responsabilidad al sujeto pasivo, por considerar que con su conducta podría configurarse una vulneración a lo que establece el artículo 52 de la ley 1480 de 2011. De esta manera, esta Autoridad procederá al análisis de la presente imputación fáctica, frente a la conducta de la investigada, los argumentos expuestos, y las pruebas que obran en el expediente, pues resulta indispensable en aras de dar una adecuada protección de los derechos de los consumidores, establecer si se vulneró o no la mencionada normativa.

Al respecto resulta importante destacar que de conformidad con el artículo 44 de la Constitución Política, los niños, niñas y adolescentes gozan de una especial protección. En ese sentido, corresponde al estado a través de sus diferentes actores, velar por el cumplimiento de las normas tendientes al amparo de sus derechos. En desarrollo de lo anterior, el legislador colombiano ha establecido diversos mecanismos que propenden por el desarrollo armónico e integral y el ejercicio pleno de los derechos de este grupo poblacional, dentro de los cuales se encuentra el estatuto del consumidor y sus normas concordantes.

En dicho cuerpo normativo se establece como uno de los principios orientadores, el cual está consagrado en el numeral 5 de su artículo primero, el de proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente a la protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y la Adolescencia.

En ese orden de ideas, el artículo 52 de la ley 1480 de 2011, dispone que cuandoquiera que un productor o proveedor realice ventas a través de comercio electrónico, esto es, la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concertados a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios, deberá tomar las medidas posibles para verificar la edad del consumidor. Así mismo, en caso de que el producto vaya a ser adquirido por un menor de edad, el proveedor deberá dejar constancia de la autorización expresa de los padres para realizar la transacción.

Así las cosas, esta Dirección encontró mérito para iniciar investigación administrativa en contra de la sociedad **RAPPI S.A.S.**, toda vez que del análisis preliminar de la visita de inspección realizada a la página web <http://www.rappi.com.co/> el 13 de enero de 2020, radicada con el número 19-198723-6 del 13 de enero de 2020, en contraste con el video traído a colación por la quejosa [REDACTED], mediante el número de radicado 19-302676-0 del 30 de diciembre de 2019, se pudo determinar que aparentemente las medidas implementadas por esta para evitar la venta de productos nocivos para la salud a menores de edad, como lo son las bebidas alcohólicas y los cigarrillos, éstas, presuntamente, no son suficientes ni efectivas para dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, en tanto que se limitan a preguntar a los consumidores si son o no mayores de edad, sin cotejar o verificar la veracidad de la información.

26.6.2. Análisis probatorio del caso concreto.

Teniendo en cuenta lo anterior, en este punto se procederá a evaluar los medios probatorios que sirvieron de sustento a la imputación fáctica endilgada, esto es, los extractos utilizados de la visita de inspección realizada a la página web <http://www.rappi.com.co/> el 13 de enero de 2020, radicada con el número 19-198723-6 del 13 de enero de 2020, y el video traído a colación por la quejosa, mediante el número de radicado 19-302676-0 del 30 de diciembre de 2019, como se muestra a continuación:

Imagen N°45 (Extracto visita la página web <https://www.rappi.com.co/>; minuto 12:21. Radicado 19-198723-6)

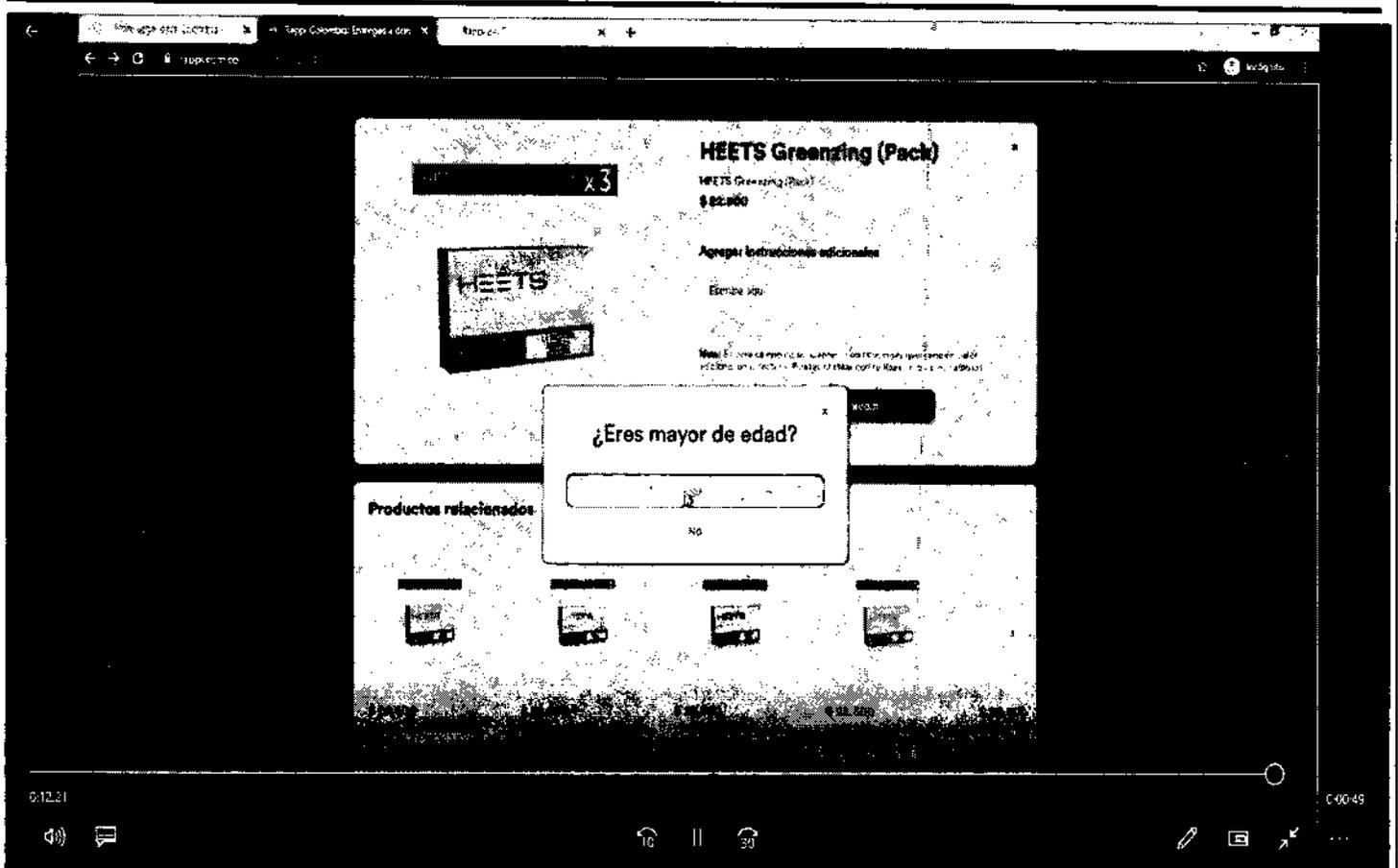


Imagen N°46 (Extracto visita la página web <https://www.rappi.com.co/>; minuto 12:23. Radicado 19-198723-6)

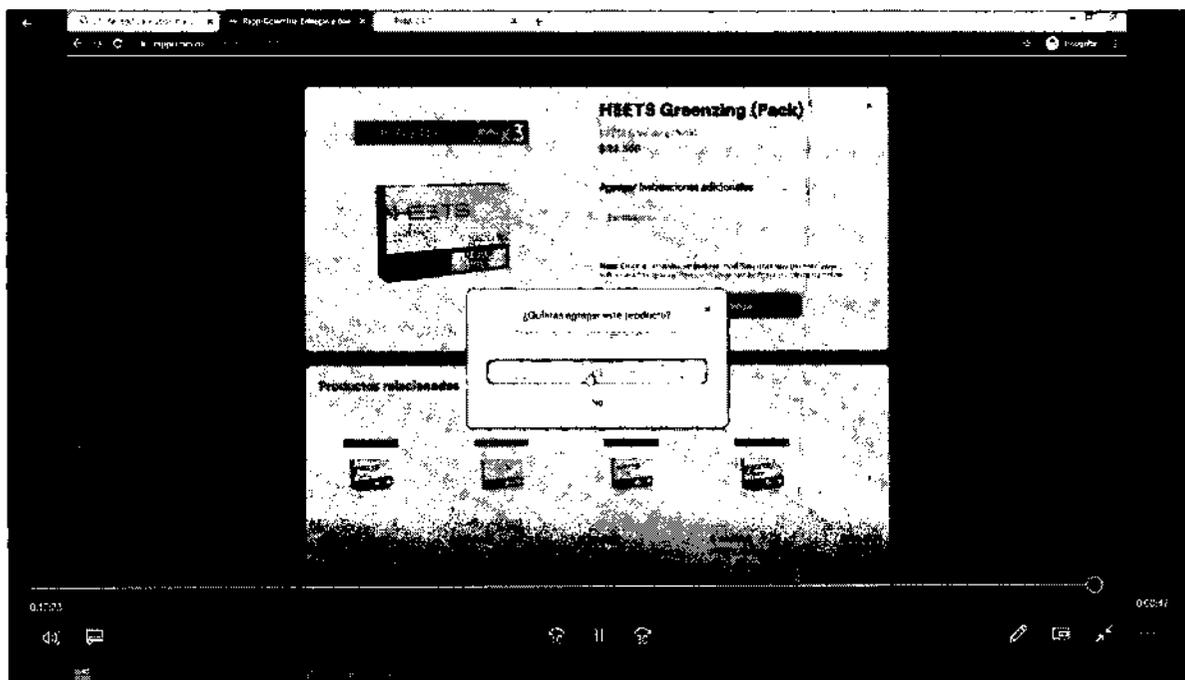


Imagen N°47. (Extracto visita la página web <https://www.rappi.com.co/>; minuto 12:29. Radicado 19-198723-6)



Imagen N°48 (Captura de pantalla del registro del pedido de bebidas alcohólicas por parte de un menor de edad. Radicado 19-302676-0)

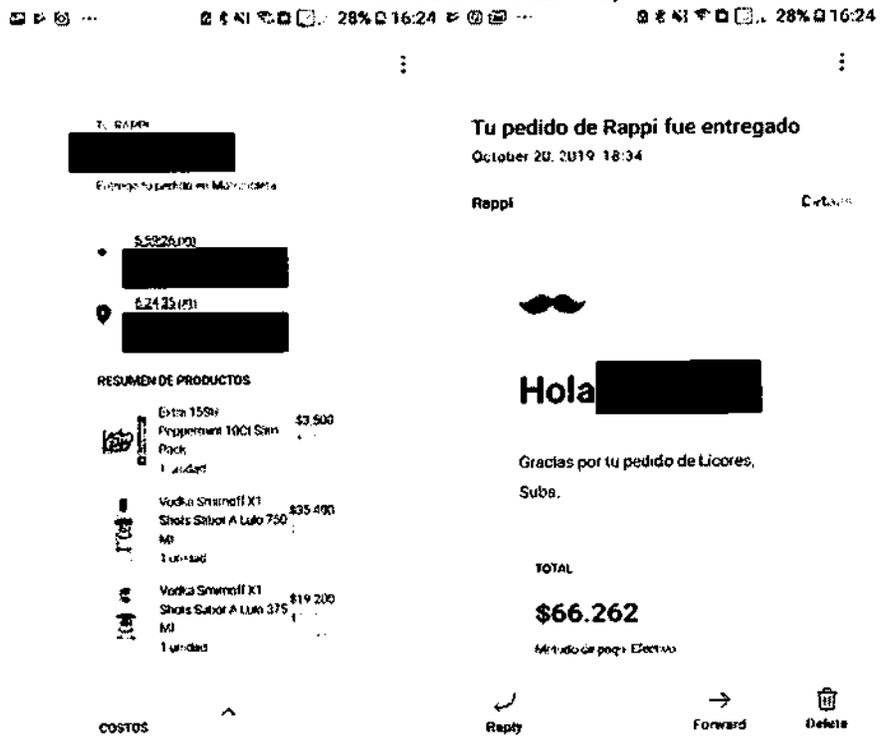
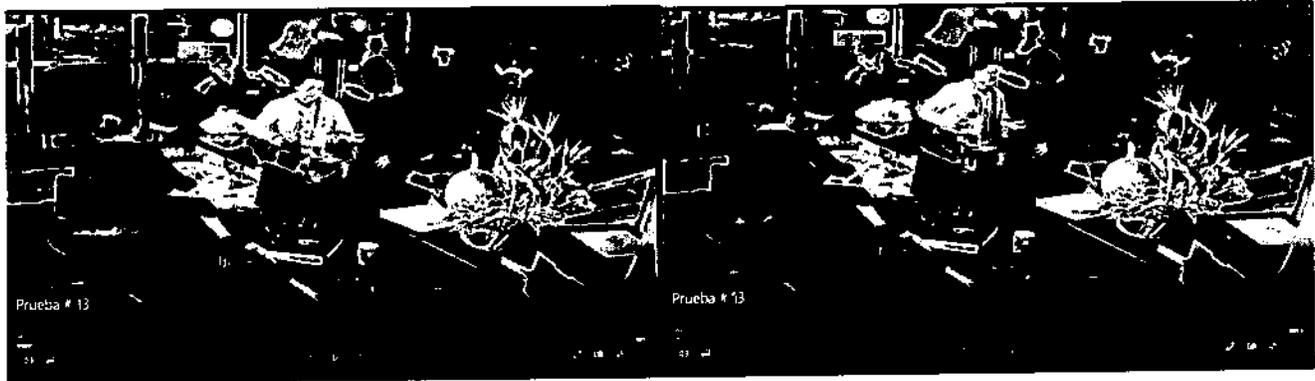
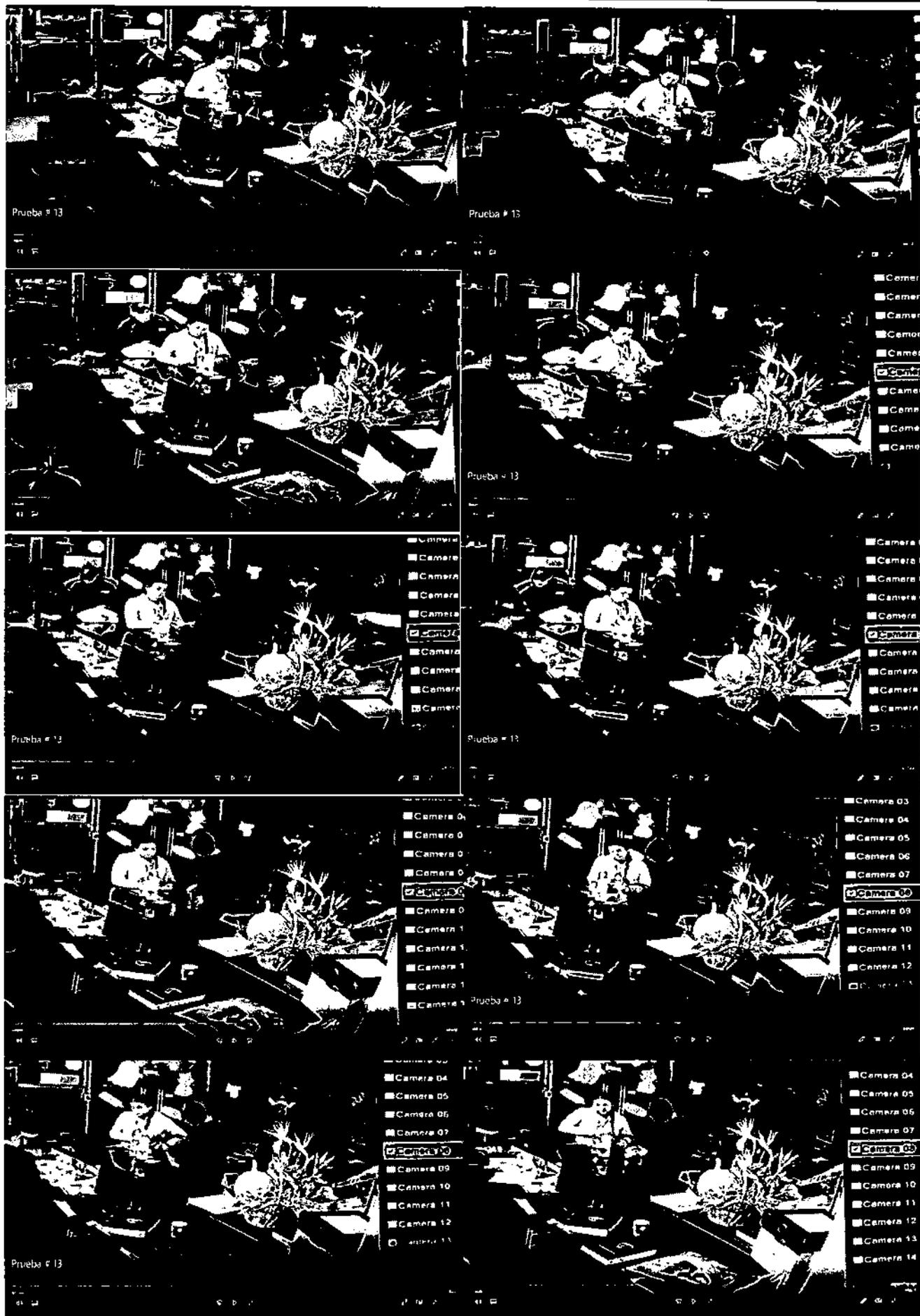


Imagen N°49 (Secuencia del video aportado por la quejosa; Radicado 19-302676-0)





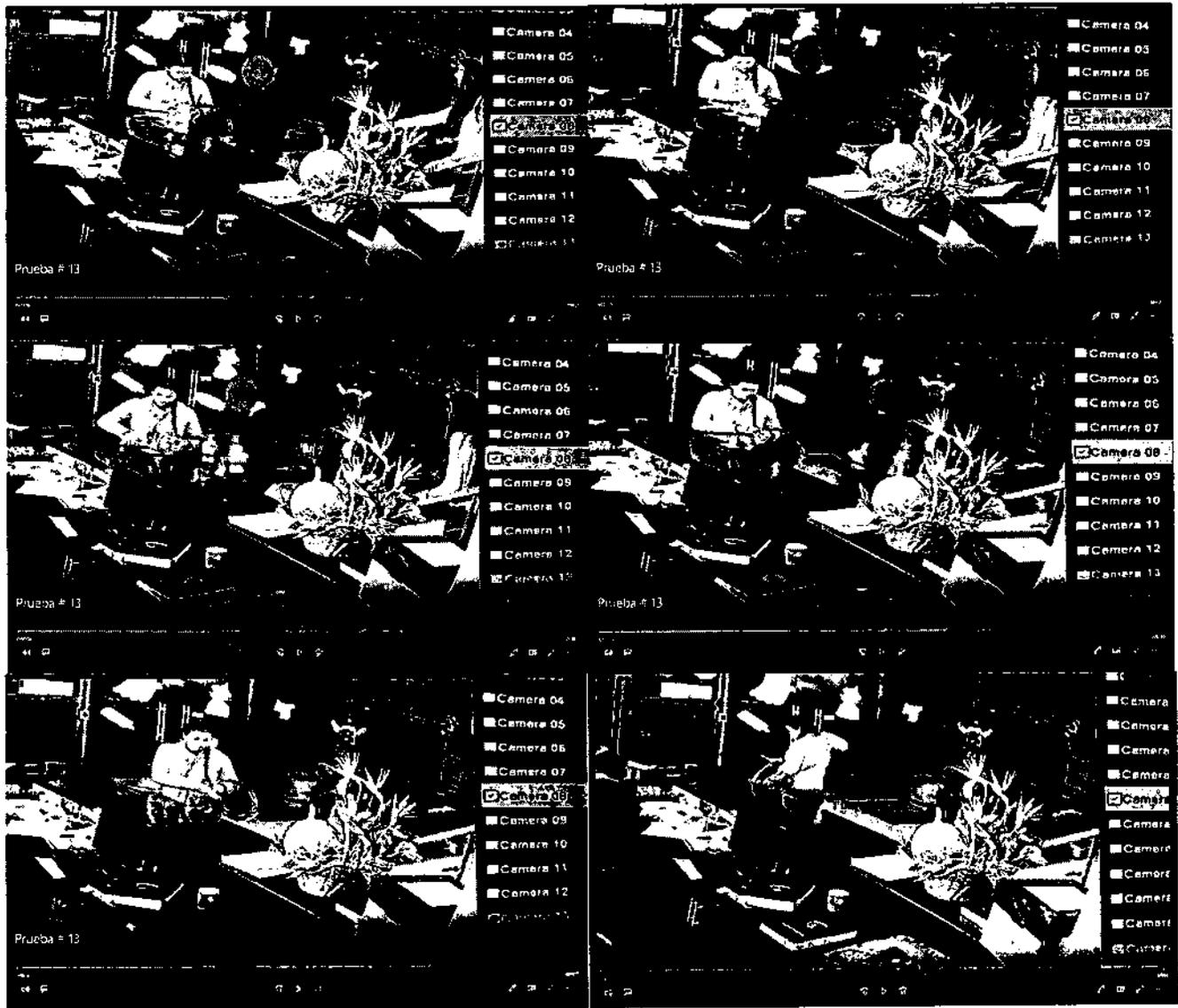


Imagen N° 50 (Fotografía del pedido entregado al menor de edad; Radicado 19-302676-0)



En la imagen N°45 se puede observar la ventana que se despliega en la página web de la investigada al hacer clic sobre un producto de tabaco. En la misma se puede evidenciar que al hacer clic sobre el

botón "agregar", se despliega una nueva pestaña con la pregunta "Eres mayor de edad?" y las opciones de respuesta "si" y "no".

A su turno, las imágenes N°46 y N°47 muestran cómo, al momento de dar clic sobre la palabra "si", se habilita de manera inmediata el botón de "ir a pagar". El mismo ejercicio de verificar qué ocurría con cada una de las opciones desplegadas por la plataforma fue realizado en esta visita administrativa con otros productos contentivos de tabaco y bebidas alcohólicas y obteniendo los mismos resultados.

Por otro lado, la imagen N°48 muestra el registro del pedido realizado por el menor de edad, en la que se puede evidenciar la compra de dos bebidas alcohólicas vodka smirnoff sabor a lulo, en presentaciones de 750 y 375 ml. Así mismo, se puede observar que el pedido fue efectivamente entregado el 20 de octubre de 2019 por la *rappitendera* [REDACTED] a las 6:34 pm, y que el método de pago sería en efectivo.

Por su parte en la imagen N°49 se observa el momento en el que el menor de edad se encuentra en la portería recibiendo un pedido de dos botellas transparentes de diferentes volúmenes. Así mismo se puede constatar cómo saca de su bolsillo dinero en efectivo, método de pago elegido según la imagen N°48, y se lo entrega a una mujer, lo cual coincide con el género del *rappitendero* asignado según dicha imagen. A su turno, la mujer cuenta el dinero y lo guarda. Posteriormente, el adolescente toma ambas botellas y se aleja de la portería para ingresar nuevamente a la zona residencial. Acto seguido, la mujer procede a retirarse del edificio, sin que en ningún momento, durante todo el trascurso del video haya requerido el documento al menor de edad. Finalmente, la imagen N°50 muestra los productos que fueron entregados al adolescente los cuales, en efecto, son dos botellas de smirnoff transparentes de diferentes tamaños, que a su vez tienen los signos distintivos de la investigada.

Finalmente, la imagen N°50 da cuenta de los productos efectivamente entregados al consumidor menor de edad, los cuales corresponden con el registro de las cámaras de seguridad de su vivienda y el registro del pedido en la plataforma, así como con el video allegado por la quejosa.

Debe ponerse de presente que esta Dirección no desconoce que el sujeto pasivo de la presente investigación administrativa tiene implementadas ciertas medidas, las cuales fueron analizadas previamente en el acápite 27.3.2.5., tendientes a verificar la edad del consumidor. No obstante, las mismas no resultaron suficientes ni eficientes en la medida en que de las pruebas analizadas en precedencia es evidente que se han consolidado adquisiciones de bebidas alcohólicas por parte de menores de edad a través de la plataforma de la investigada, en tanto que en el momento de responder "si" a la pregunta "Eres mayor de edad?" que aparece en la aplicación, se habilita de manera inmediata el botón de "ir a pagar", sin que se haga un verdadero control sobre la edad del usuario que adquiere el producto. Igualmente, en tanto que a partir del video mencionado se evidenció por lo menos un caso concreto en el que se hizo entrega efectiva de bebidas embriagantes a un adolescente, a quien no se le pidió en ningún momento la cédula de ciudadanía, pese a que según las pruebas allegadas por la investigada, establece tal obligación en cabeza de los *Rappitenderos*, quienes son pieza fundamental e intrínseca al giro ordinario de sus negocios y sobre quienes tiene injerencia directa.

Sobre el particular es menester reiterar que de conformidad con el régimen de responsabilidad aplicable en la materia basta con que esta Dirección encuentre demostrada una conducta infractora por parte del sujeto pasivo de la investigación administrativa a la normativa sobre protección al consumidor para que se pueda determinar su responsabilidad, comoquiera que no se requiere de un número específico de casos sino que es la propia trasgresión en sí misma la que da lugar a la imposición de una sanción. En ese orden, el haber constatado que no se verificó la edad del consumidor pese a que la sociedad opera como una plataforma de comercio electrónico, llegando al punto de entregarle de manera efectiva las dos bebidas alcohólicas que adquirió, deriva ineludiblemente en una vulneración a lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011 sobre la protección de los niños, niñas y adolescentes en este tipo de comercio.

Así las cosas, una vez realizado el análisis de las pruebas obrantes en el plenario con respecto a este sub cargo, se pudo determinar que la investigada no cumple a cabalidad con el cometido de la norma, cual es el de verificar la edad de los consumidores, en este caso, para la compra de bebidas alcohólicas

en aras de evitar que los menores de edad puedan tener acceso a este tipo de productos nocivos, por lo que, en consecuencia, probatoriamente el cargo está llamado a prosperar.

27.6.3. Consideraciones frente a los argumentos de defensa allegados por la investigada.

Mediante su escrito de descargos, el apoderado del sujeto pasivo señaló que la norma en cuestión es aplicable únicamente a las plataformas de contacto y que por ende no resulta aplicable a la sociedad, en la medida en que esta funciona como un portal de contacto. Así mismo, cuestionó la presente imputación fáctica por las siguientes razones:

"(...) La Dirección asegura que Rappi incumple el artículo 52 de la Ley 1480 porque supuestamente no tiene medidas suficientes o eficientes para verificar la edad del Usuario y evitar que menores de edad puedan adquirir bebidas alcohólicas a través de la Plataforma. Para sustentar el presunto incumplimiento, expone capturas de pantalla de la Plataforma y el caso de la aparente adquisición y entrega de una bebida alcohólica a un individuo denominado [REDACTED]

(...)

*Dicha norma es clara en dos aspectos que la Dirección desconoce. Primero, que **es aplicable a las ventas realizadas a través de comercio electrónico**. Segundo, que exige medidas **posibles** para verificar la edad de los consumidores.*

Con respecto al primer aspecto, es necesario nuevamente aclarar a esta Dirección que Rappi no es una plataforma de comercio electrónico y, por ende, no le es aplicable el artículo 52 de la Ley 1480 en tal calidad. Ahora, en caso de que esta Dirección considere que la norma en mención es igualmente aplicable a los portales de contacto, Rappi no la incumple porque: (i) aplica las medidas posibles que tiene a su alcance para llevar a cabo la verificación de edad de los Usuarios, las cuales (ii) son acordes con los estándares internacionales en la materia, no siendo válido que la Dirección pida la aplicación de medidas excesivas con el mismo propósito.

1.2.16. Rappi aplica las medias posibles a su alcance para verificar la edad de los Usuarios que desean adquirir bebidas alcohólicas comercializadas por Aliados Comerciales

Según la Dirección, las medidas que aplica Rappi no son suficientes para verificar que el Usuario que adquiere bebidas alcohólicas de un Aliado Comercial, efectivamente es mayor de edad. Sin embargo, este estándar de 'suficiencia y eficiencia' que propone la Dirección, además de no ser claro, se aleja del texto del artículo 52 del Estatuto.

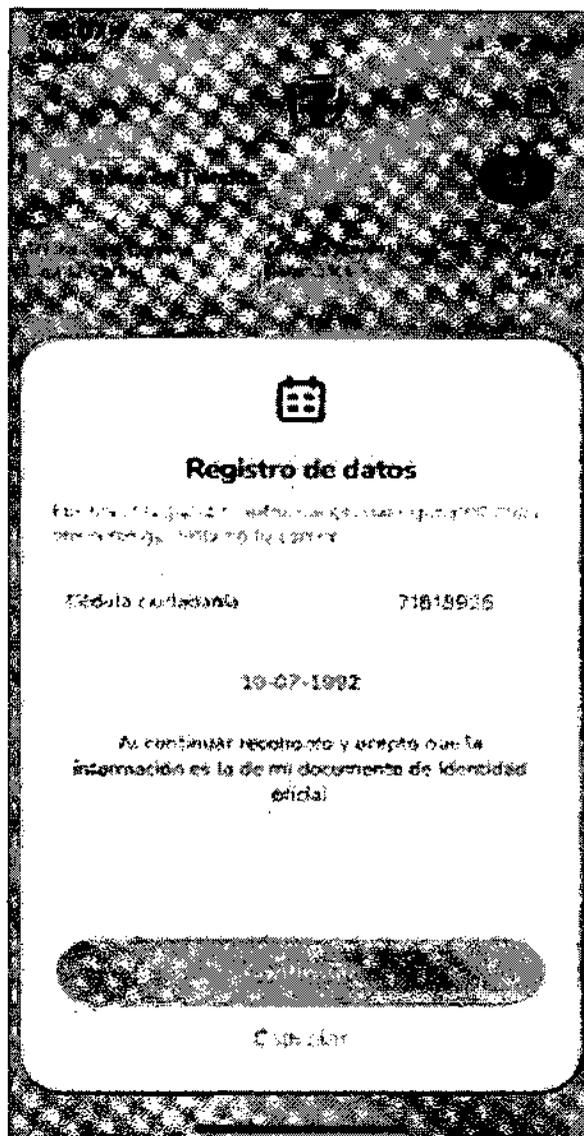
El artículo 52 obliga a tomar las medidas posibles para verificar la edad de los consumidores, en este caso de los Usuarios de la Plataforma. Contrario a lo que asume esta Dirección, Rappi sí cuenta con dichas medidas y estas son aquellas que la Compañía considera posibles dentro de sus capacidades logísticas, técnicas y operativas.

En Colombia, las medidas de verificación de edad implementadas por Rappi se activan cuando un Usuario intenta añadir a su carrito un producto que está identificado con alguna de las siguientes etiquetas:

- restricción de edad (age_restriction)*
- tiene anti-tabaco (has_anti_smoking)*
- identificación requerida (Identification_required)*

Las medidas que serán objeto de descripción a continuación, están acordes, no solo con las exigencias normativas invocadas por la Dirección, sino también con las prácticas internacionales en la materia.

El Usuario debe incluir la información en un recuadro, se guardan los datos en la base de datos de su perfil y el recuadro no vuelve a aparecer a no ser que salga de la Plataforma. Si el Usuario no incluye su información, el recuadro vuelve a aparecer cada vez que quiera incluir productos identificados con las etiquetas mencionadas y no permite añadir el producto hasta que se incluya la información. La imagen siguiente demuestra lo que el Usuario debe registrar en la plataforma:



Por otra parte, tal como lo muestra la Resolución N° 82505, cuando un Usuario desea adquirir una bebida alcohólica, la Plataforma le pregunta si es mayor de edad y deja claro que dicho producto solo puede ser adquirido en caso de que la respuesta a dicha pregunta sea afirmativa.

Adicionalmente, en sus términos y condiciones, Rappi es claro en expresar que sólo autoriza la venta de bebidas alcohólicas a mayores de edad, sin perjuicio de que, por fallas en la custodia de los padres de familia, los menores de edad de alguna forma (por ejemplo, estableciendo una edad que no tienen en la aplicación o usando los datos de otra persona), logren adquirirlas. Esto último, es importante aclarar, no es controlable por Rappi de ninguna manera y excede su responsabilidad bajo el artículo 52 de la Ley 1480.

En consecuencia, se puede concluir que Rappi toma las medidas posibles para que la venta de bebidas alcohólicas se lleve a cabo sólo por Usuarios con mayoría de edad. En este punto es importante resaltar que implementar algún otro mecanismo con el que Rappi verifique que el Usuario que hace el pedido efectivamente sea mayor de edad, como parece sugerirlo la Resolución N° 82505, es imposible técnica y logísticamente.

1.2.17. Rappi no reporta a través de su aplicación ningún pedido que haya culminado en la venta de bebidas embriagantes a menores de edad

A los ojos de la Dirección, Rappi no cuenta con medidas suficientes para dar cumplimiento al artículo 52 de la Ley 1480 de 2011 centrandose su actividad en 'verificar si las medidas de seguridad implementadas por RAPPI S.A.S., para proteger a los niños, niñas y adolescentes, en las ventas que se realizan utilizando herramientas de comercio electrónico, cumplen con los parámetros establecidos en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, en relación con la adopción de las medidas posibles y suficientes para verificar la edad de este grupo de consumidores'.

Partiendo de la imputación y la norma aplicable, tenemos las siguientes anotaciones: en primer lugar, destacamos que se sigue replicando la equivocación de entendimiento con respecto a la naturaleza jurídica de Rappi, toda vez que la Dirección continúa tratando su aplicación y página web como una plataforma de comercio electrónico, cuando en la realidad, dada la operatividad de sus servicios y el rol de 'contacto' entre los Aliados Comerciales, los Usuarios y los Rappitenderos, es un portal de contacto en los términos del artículo 53 del Estatuto.

Partiendo de ello, se torna equivocado tratar a Rappi como si fuera el proveedor de los bienes y servicios que se comercializan dentro de la Plataforma, recayendo la responsabilidad de no venta de licores a menores de edad sobre los que precisamente comercializan este tipo de productos, más no sobre el dueño del portal de contacto en el que estos son anunciados y ofrecidos por estos actores.

No obstante lo anterior, Rappi, sin desconocer su rol de portal de contacto mediante el cual se formulan estos encargos, cuenta con una serie de herramientas para velar porque la prohibición de venta de licor a menores de edad, no sea transgredida en uso de su Plataforma. Estas medidas no se limitan únicamente a la verificación de edad descritas en la Resolución N° 82505 de 2020 como erróneamente asume la Dirección, sino que se extiende a mecanismos de otro tipo que materializan precisamente las medidas que Rappi, como proveedor de un portal de contacto –no como de una plataforma de comercio electrónico- le es 'posible' aplicar en atención, por supuesto, a que la modalidad que aplica a las operaciones comerciales que intermedia, son de ventas a distancia.

Queremos llamar la atención en el concepto de 'medidas posibles' contenido en el artículo 52, que no es más que la aplicación de los mecanismos que el sujeto tenga a 'su alcance' para verificar la edad de los compradores de los pedidos. No puede pretender la Dirección que al momento en que se realice una entrega de licor, Rappi pida, además de la cédula del comprador, su registro civil de nacimiento de la persona, una declaración juramentada en ese sentido, o que para recibir el pedido en su domicilio el Usuario comprador necesariamente deba dirigirse primero al establecimiento del vendedor del producto (verdadero obligado por la norma) para acreditar su mayoría de edad.

Rappi, dando el máximo de sus capacidades, despliega diversas medidas para velar porque a menores de edad no le sean vendidas bebidas embriagantes. Estas medidas no se limitan únicamente a preguntarle al comprador a través de la Plataforma su fecha de nacimiento, lo cual, a los ojos de la Dirección, parece ser insuficiente, sino que también hace explícito en los Términos y Condiciones que rigen el uso de la Plataforma, que la única manera de acceder a este tipo de productos a través de la Plataforma es que su comprador sea mayor de edad.

Recordemos que estas medidas, además de acompañarse con el deber de información exigible en materia de protección al consumidor, materializa una obligación contractual que asume el Usuario de la cuenta al momento de aceptar registrarse en la Plataforma con base en los Términos y Condiciones que rigen su uso.

En adición a estas medidas, que deberían otorgarle tranquilidad a la Dirección frente a la suficiencia para el respeto de la prohibición, se encuentran también la inclusión de las leyendas obligatorias acerca de la nocividad de estos productos y prohibición de expendio a menores de edad y la ya mencionada verificación de edad en el domicilio del comprador y la información constante a los Rappitenderos acerca de las medidas que deben tomar antes de entregar el pedido de licor a su comprador, tales como la verificación de edad y cerciorarse de que su comprador no esté en ebrio.

Destacamos que estas son las medidas que Rappi tiene a su alcance como portal de contacto para velar por el respeto de la prohibición y, con ello, por la protección de los niños, niñas y adolescentes en los términos del artículo 52 de la Ley 1480 de 2011.

Lo mismo se desprende de la información que reposa en el expediente, en el que, salvo por el caso de [REDACTED] al que haremos alusión a continuación, no ha sido señalado un solo caso en el que se le haya vendido licor a un menor de edad. En otras palabras, la Dirección no ha descrito ningún caso en el que se identifique plenamente el establecimiento vendedor, el producto de alcohol adquirido y la persona plenamente individualizada menor de 18 años de edad que haya hecho la compra y recibido el pedido.

La Dirección no debe partir de asunciones para dar por cierto que a través del portal de contacto los Aliados Comerciales han vendido bebidas alcohólicas a menores de edad, ni tampoco que en dichos pedidos el licor haya sido entregado a un niño, niña o adolescente.

Dentro de las pruebas incorporadas se encuentra la video-grabación de una supuesta entrega de unas botellas de alcohol a [REDACTED], sujeto que según se describió en la Resolución, es un menor de edad. La prueba usada por la Dirección para sostener la presente imputación, tal como se indicó en los descargos de índole procedimental, carece por completo de validez, al punto que debe ser declarada nula por inconstitucional. Además, se trata de una prueba que no cumple con criterios de veracidad ni autenticidad para que pueda ser tenida en cuenta como evidencia de lo que pretende acreditar.

Esta prueba ha sido recabada en vulneración de los principios de intimidad y habeas data protegidos por el artículo 15 de la Constitución Política de Colombia, lo que configura una vulneración sustancial al derecho fundamental al debido proceso en los términos que, en extenso, la Corte Constitucional lo ha considerado. Consideramos que una prueba de esta naturaleza, que tiene más inclinación a tratarse de videos con cámaras escondidas o interceptación de comunicaciones, no puede ser incorporado dentro del proceso so pena de afectar la validez del mismo y de las decisiones que tome la Dirección con base en ella.

Además, el video no aporta elemento alguno que dé certeza acerca de quiénes eran realmente las partes involucradas, si la persona que se señala como repartidor era efectivamente un Rappitendero, ni mucho menos si quien dice haber recibido los productos de alcohol era o no un menor de edad. A ello se le debe sumar la ambigüedad y secreto con el que la Dirección ha manejado la prueba, al punto que acusa a Rappi de que a través de su Plataforma se le vendió bebidas alcohólicas a un menor de edad, pero ni siquiera revela la información que le permita a Rappi defenderse en debida forma acerca de quién fue el supuesto comprador de la misma.

Únicamente se limita a indicar que su comprador fue una persona llamada [REDACTED] que sin la audiencia de Rappi, asume que se trata de un menor de edad. Este tipo de situaciones imposibilitan que Rappi ejerza su derecho de defensa en debida forma y le restan credibilidad y autenticidad a la prueba. Además, parten de un supuesto incorrecto, el cual es que Rappi es el vendedor o expendedor de las bebidas embriagantes que los Aliados Comerciales anuncian y comercializan a través de su portal de contacto.

Así las cosas, con las medidas descritas se acredita que Rappi vela porque el contacto y posterior venta entre los aliados que ofrecen bebidas alcohólicas y los Usuarios que desean adquirirlas se dé solamente cuando estos últimos son mayores de edad. Este nivel de diligencia no se ve flanqueado por los hechos contenidos en el video de [REDACTED], el cual alude a una prueba nula por inconstitucional y que no reúne requisitos de veracidad ni autenticidad.

Por ello, la Dirección debe proceder a desestimar el cargo formulado por cuanto Rappi aplica todas las medidas posibles a su alcance, en los términos del artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, para evitar que menores de edad adquieran bebidas embriagantes.(...)"

Al respecto, es menester señalar que de conformidad con lo expuesto a lo largo de la presente resolución la investigada ostenta la calidad de plataforma de comercio electrónico por lo que los argumentos tendientes a indicar que opera como un mero portal de contacto no son de recibo para esta Dirección, en atención a las consideraciones previas expuestas en el acápite. 27.1.2.

Ahora bien, en cuanto al estándar de suficiencia y eficiencia que en términos de la investigada no es claro y se aleja de lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, debe indicarse que, contrario a lo que pretende hacer ver el apoderado, no se trata de un modelo impuesto por la Dirección, sino que ésta, en su facultad de velar por el cumplimiento de las normas de protección al consumidor tiene que examinar si la conducta desplegada por la investigada resulta suficiente y eficiente de cara al cometido de la norma pues si no lo es, puede derivar en un incumplimiento, tal y como ocurrió en el caso concreto donde se llegó a entregar un producto, en este caso, bebidas alcohólicas, a un menor de edad sin haber constatado su edad.

En otras palabras, es claro que las medidas que adopte un proveedor de bienes y servicios que opera como plataforma de comercio electrónico, no deben ser meramente formales, sino que deben tener la

aptitud e idoneidad para materializarse y lograr el efecto que se desea - la protección de los niños, niñas y adolescentes en el contexto del comercio electrónico-, que no es otra cosa que la eficiencia y suficiencia a la que se aludió en el pliego de cargos.

En ese sentido, el hecho de que la sociedad cuente con las medidas que considere posibles dentro de sus capacidades logísticas, técnicas y operativas, se desdibuja cuandoquiera que se evidencia que las mismas no logran su propósito o no son aplicadas por los *Rappitenderos*, quienes como ya se ha indicado en múltiples ocasiones, cumplen un papel esencial en el negocio de la investigada.

Así pues, la descripción de las medidas tomadas por el sujeto pasivo, tales como el registro de datos, la pregunta sobre la mayoría de edad, y los términos y condiciones, no tiene la virtualidad de relevarla del juicio de reproche toda vez que de conformidad con el análisis probatorio, incurrió en la infracción normativa, demostrando que aquellas no le permitieron dar cabal cumplimiento a la misma.

Por otra parte, en cuanto al argumento según el cual la investigada no puede controlar aquellos eventos en los que por fallas en la custodia de los padres, los menores de edad pudieran establecer datos de edad distintos o de otra persona, esta Dirección debe señalar que no obran pruebas en el plenario que permitan corroborar que la adquisición de bebidas sin la verificación de edad evidenciada en el apartado probatorio haya obedecido a tal circunstancia. Aún en gracia de discusión, lo cierto es que tal situación sería subsanable si en efecto el sujeto pasivo aplicara la medida, que supuestamente tiene implementada, de verificar la edad al momento de la entrega del pedido.

Así mismo, debe aclararse que en el pliego de cargos no se hace sugerencia alguna para que la sociedad implemente medidas imposibles, pues justamente lo que se advirtió es que a pesar de que tiene algunas medidas no dio cumplimiento a la totalidad de las mismas por lo que terminó incumpliendo la normativa descrita.

Tampoco es el propósito de esta Dirección que en el momento en que se realice una entrega de licor la sociedad pida además de la cédula el registro civil de nacimiento, pues, por el contrario, parte del reproche giró en torno al hecho de que no se requiriera el documento de identidad de un menor para verificar su edad, siendo que este es un mecanismo que hace parte de las políticas de la compañía, como se pudo evidenciar en los anexos 4.2. y 4.6. allegados por la investigada con el radicado número 19-198723-9 del 22 de enero de 2020, y que se encuentran reproducidos en las imágenes N°26, 27 y 28 del presente acto administrativo.

Por otra parte, en cuanto a la afirmación según la cual esta Dirección no puede pretender que para recibir el pedido en su domicilio el consumidor necesariamente deba dirigirse primero al establecimiento del vendedor del producto, debe señalarse que la misma carece de sentido, por cuanto la carga de verificar la edad corresponde a la investigada en su calidad de plataforma de comercio electrónico. Tan es así, que en efecto en sus términos y condiciones que constan en las imágenes N°17 y N°18 establece en cabeza del *rappitendero*, la obligación de verificar la edad del consumidor al momento de la entrega. Situación distinta, es que tal medida no haya sido materializada.

Finalmente, sobre los aspectos de índole procedimental que alega nuevamente la investigada con respecto al video allegado por la quejosa que sirvió de sustento a la imputación fáctica, este Despacho, en aplicación del principio de economía procesal⁶⁸, procederá a remitirse al estudio que sobre el particular se efectuó en numeral 27.1.7. de las consideraciones previas en el que se estudió lo relativo a la nulidad de la prueba mencionada.

En ese orden de ideas, los argumentos expuestos no tienen la capacidad de desdibujar la conducta infractora de la investigada, toda vez que no desvirtúan lo evidenciado en los medios probatorios que sirvieron de sustento al presente sub cargo, particularmente lo relativo a la venta de bebidas

⁶⁸ Ley 1437 de 2011. "ARTÍCULO 3o. PRINCIPIOS. Todas las autoridades deberán interpretar y aplicar las disposiciones que regulan las actuaciones y procedimientos administrativos a la luz de los principios consagrados en la Constitución Política, en la Parte Primera de este Código y en las leyes especiales.

Las actuaciones administrativas se desarrollarán, especialmente, con arreglo a los principios del debido proceso, igualdad, imparcialidad, buena fe, moralidad, participación, responsabilidad, transparencia, publicidad, coordinación, eficacia, economía y celeridad".

(...) 12. En virtud del principio de economía, las autoridades deberán proceder con austeridad y eficiencia, optimizar el uso del tiempo y de los demás recursos, procurando el más alto nivel de calidad en sus actuaciones y la protección de los derechos de las personas (...)."

alcohólicas a menores (visita la página web <https://www.rappi.com.co> y a las fotografías y video aportados por la quejosa), en los que claramente se advierte que la investigada, aun cuando contaba con ciertas medidas para verificar la edad de los consumidores, incurrió en una infracción a lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, en la medida en que no las aplicó a cabalidad y resultaron insuficientes.

27.6.4. Consideraciones frente a los argumentos expuestos por el tercero interesado.

Al respecto el tercero interesado, a través de su escrito de alegatos de conclusión, realizó un recuento de lo dicho en el pliego de cargos frente a esta imputación y agregó:

"(...) b. Sobre el modelo de negocio de RAPPI como argumento para evadir su responsabilidad frente al cumplimiento del artículo 52 de la Ley 1480 de 2011

Frente a esta imputación fáctica nuevamente RAPPI pretende esquivar cualquier tipo de responsabilidad aduciendo que su modelo de negocio no le impone el cumplimiento de esta obligación. Una vez más indica que los aliados comerciales son los únicos responsables en la venta y posterior entrega de sus bienes a los consumidores. Lo anterior contrasta con la forma en que opera RAPPI. Como referí más arriba, los consumidores que acceden a la plataforma pueden adquirir productos de los aliados comerciales de RAPPI. No obstante, el servicio de RAPPI no se limita a facilitar el contacto entre los consumidores y los aliados comerciales para el perfeccionamiento de la venta de un bien, sino que además comprende el servicio de entrega a domicilio. Este es sin duda el valor agregado de RAPPI que lo diferencia de un mero portal de contacto. La entrega de los domicilios la ejecutan directamente los Rappitenderos en su calidad de mandatarios de RAPPI. Debido a lo anterior, RAPPI debe asumir plenamente la responsabilidad por la prestación del servicio de domicilio.

En consecuencia, no resulta admisible que RAPPI sostenga que no le corresponde verificar que las personas que reciban domicilios de bebidas alcohólicas sean mayores de edad. RAPPI está prestando un servicio de domicilio con el apoyo de unos Rappitenderos con los que ha establecido una relación jurídica, y, está dentro de sus posibilidades verificar que la persona que reciba el domicilio sea en efecto mayor de dieciocho (18) años. Por lo tanto, debe hacerlo tal y como lo ordena el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011. Si fuera cierto que RAPPI fuera un simple portal de contacto que nada tuviera que ver con la entrega del domicilio tendrían fundamento los argumentos presentados en sus descargos. Sin embargo, esto no es así, RAPPI ofrece directamente este servicio por intermedio de sus Rappitenderos con consiguiente tiene la facultad de controlar que quien recibe una bebida alcohólica sea un mayor de edad. De ahí que se le deba exigir el cumplimiento de esta disposición. La conducta de los Rappitenderos compromete a RAPPI. Por consiguiente, si se incumplen estas obligaciones como sucedió en el caso que se revisa en la presente actuación, RAPPI debe ser sancionada por el incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011.

c. Verificación del incumplimiento de lo establecido en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011

RAPPI incumplió lo establecido en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011 debido a que no tomó las medidas posibles para verificar la edad del consumidor. En el caso que le puso en conocimiento DIPRO, está demostrado que el adolescente [REDACTED] adquirió dos (2) botellas de vodka a través de la plataforma y que la entrega del domicilio la hizo la Rappitendera [REDACTED], según consta en la imagen de pantalla aportada como prueba. Adicionalmente, consta en el video grabado por el sistema de vigilancia de la propiedad horizontal donde habita el adolescente que la entrega se hizo sin verificar la edad de quien lo recibió como lo ordenan las normas de policía. La anterior situación la constató en su declaración el padre y representante legal de [REDACTED], que confirmó que el adolescente adquirió las botellas a través de la plataforma Rappi y que la Rappitendera [REDACTED] no verificó la mayoría de edad del adolescente que recibió las botellas. Es necesario destacar, que, en sus descargos RAPPI en ningún momento niega que el domicilio solicitado por [REDACTED] y a cargo de [REDACTED] se haya hecho el domingo 20 de octubre de 2019. RAPPI tiene en sus registros la información de los domicilios hechos y puede verificar que este domicilio se hizo efectivo en la antedicha fecha. Verificada la ocurrencia del anterior hecho en el que se constata que RAPPI no tomó las medidas para verificar la edad del consumidor es necesario que la SIC confirme la violación de la norma y en consecuencia imponga las sanciones que corresponden.(...)"

Sobre el particular esta Dirección debe señalar que acoge los argumentos del tercero interesado en sentido de indicar que la sociedad investigada no se limita a actuar como portal de contacto sino que su operación va más allá, en la medida en que a esta le corresponde la distribución y entrega efectiva de los bienes adquiridos a través de su plataforma, de manera que le son exigibles las obligaciones contenidas en el estatuto del consumidor y demás normas concordantes, incluida la del artículo 52 de dicho cuerpo normativo.

En la misma línea, los medios probatorios obrantes en el plenario dieron cuenta de que en efecto, tal norma fue trasgredida por el actuar del sujeto pasivo, en tanto que no tomó todas las medidas posibles o no las materializó, produciendo que se realizara una venta efectiva de un producto de licor a un menor de edad sin que se procediera a verificar su edad.

Aunado a lo anterior, vale la pena destacar las afirmaciones del tercero interesado en las que señala que en ningún momento, durante el trascurso del presente procedimiento administrativo la investigada negó la ocurrencia del hecho aducido en el video aportado por la quejosa, y que la sociedad cuenta con la información sobre los pedidos realizados y entregados por lo que tiene certeza de las circunstancias evidenciadas en el video, de manera que no resulta lógico que cuestione los hechos allí registrados.

27.6.5. En ese orden de ideas, una vez analizadas las pruebas, en contraste con los argumentos esgrimidos tanto por la investigada como por el tercero interesado, así mismo, teniendo en cuenta que aquella no alegó ni probó causa extraña que justificara su actuar, este Despacho encuentra demostrada la infracción a lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, en la medida en que el proveedor no tomó medidas suficientes ni eficientes en aras de verificar la edad de los consumidores y consecuentemente lograr una efectiva protección de los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores en el comercio electrónico, toda vez que aun cuando dispone de ciertas medidas, las mismas no son aplicadas en su integridad o resultan ineficientes para cotejar si quien realiza el pedido es mayor de 18 años. En consecuencia, el presente cargo está llamado a prosperar y se impondrá la sanción a la que haya lugar.

27.6.6. Conclusiones frente a la imputación fáctica N°4:

En consideración de lo expuesto, esta Dirección establece que la investigada vulneró lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011 por cuanto no dio aplicación a las medidas correspondientes para verificar la edad del consumidor y así lograr su protección frente a la adquisición de productos nocivos por parte de menores de edad, razón por la cual se impondrá la sanción administrativa a que haya lugar, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011.

VIGÉSIMO TERCERO: SANCIÓN ADMINISTRATIVA

Encontrándose demostrado el incumplimiento por parte de **RAPPI S.A.S.**, identificada con el NIT 900.843.898-9, respecto de lo dispuesto en los artículos 6, 23, 29, 30, 50 en sus literales c) y d) y 52 de la Ley 1480 de 2011, así como con relación a lo establecido en el numeral 2.1.2.4 de la Circular del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, se debe imponer una sanción pecuniaria en los términos establecidos en el Estatuto del Consumidor⁶⁹.

Para efectos de la graduación de la multa deberá atenderse a las particularidades del presente caso, de cara a los criterios establecidos en el parágrafo del artículo 61 de la Ley 1480 del 2011, que corresponden a: **i)** el daño causado a los consumidores; **ii)** la persistencia en la conducta infractora; **iii)** la reincidencia en la comisión de las infracciones en materia de protección al consumidor; **iv)** la disposición o no de buscar una solución adecuada a los consumidores; **v)** la disposición o no de colaborar con las autoridades competentes; **vi)** el beneficio económico que se hubiere obtenido para el infractor o para terceros por la comisión de la infracción; **vii)** la utilización de medios fraudulentos en la comisión de la infracción o cuando se utiliza a una persona interpuesta para ocultarla o encubrir sus

⁶⁹ Reglamentado por el Artículo 1° del Decreto 074 de 2012: Criterios para graduar las sanciones administrativas. "Para efectos de imponer las sanciones previstas en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, la Superintendencia de Industria y Comercio aplicará los criterios establecidos para la graduación de las multas, previstos en el parágrafo 1° del mismo artículo".

efectos; y viii) el grado de prudencia o diligencia con que se hayan atendido los deberes o se hayan aplicado las normas pertinentes.

Teniendo en cuenta que, aunque este Despacho revisará los ocho (8) criterios para fijar una sanción ajustada a derecho y que se observan los principios de proporcionalidad y razonabilidad, la participación de los mismos dependerá de su pertinencia frente a los hechos probados. De manera que, en la tasación de la multa, algunos afectarán directamente el valor de la misma y otros serán descartados por su incapacidad de alterar la estimación cuantitativa.

Lo anterior cobra sustento, por cuanto 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 sanción⁷⁰. 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, como sucede en este caso.

En ese sentido, este Despacho le pone de presente a la investigada que, para la graduación de la presente sanción, se tendrán en cuenta los criterios que le sean aplicables según las circunstancias específicas probadas y propias del caso, máxime cuando de la lectura del artículo mencionado previamente, se interpreta que, el fallador no se encuentra obligado a fundamentar la sanción en cada uno de los criterios establecidos, ya que la aplicación de éstos depende de las circunstancias del *sub-examine*.

De igual manera, para efectos de determinar el monto de la sanción a imponer, esta Dirección considera oportuno pronunciarse frente a algunos de los argumentos esgrimidos por la investigada, en su escrito de descargos, en los que señala que algunos de los criterios mencionados resultan aplicables al caso concreto, tal y como se transcribe a continuación:

"(...) 1.2.6. Existencia de factores para la atenuación del reproche por parte de la Dirección en razón a las fallas experimentadas en la Plataforma de Rappi por sobredemanda de servicios durante el día de la madre

(...)

A pesar de los inconvenientes que sufrió la Plataforma desde las 11:45 am y 6:00 pm por la imposibilidad de generación de órdenes, dificultades para el seguimiento de las mismas, imposibilidad de algunos Rappitenderos de aceptación de pedidos e imposibilidad de algunos establecimientos de creación de nuevas órdenes, lo cierto es que Rappi actuó con base al máximo de sus capacidades para solventar los inconvenientes presentados.

Dentro de estas medidas estuvieron el reembolso del 100% de las órdenes que no pudieron ser entregadas a los Usuarios, el envío de aproximadamente 34.000 mensajes por correo electrónico con destino a cada uno de los Usuarios que experimentaron inconformismos para que pudieran transmitir sus peticiones, quejas o reclamos, la realización de llamadas a los Usuarios para brindarles de forma personalizada asistencia con miras a compensar lo ocurrido, así como la difusión de mensajes masivos en redes sociales para brindar soluciones. El soporte de estas medidas de solución aplicadas en favor de los Usuarios fue compartido a la Dirección a través de la respuesta del 21 de mayo de 2020 (Rad. 20- 119287-1) al requerimiento formulado el 11 de mayo del mismo año por la Dirección.

Estas actividades culminaron de forma satisfactoria a pesar de los inconvenientes sufridos, de tal manera que la totalidad de los Usuarios vieron resuelto su reclamo, al punto que el adecuado funcionamiento de la Plataforma se pudo restablecer ese mismo día desde las 6:00 pm.

Por lo anterior, anotamos que, si bien lo dicho por la Entidad apunta a que Rappi falló en la calidad de los servicios que ofrece en su Plataforma, desplegó todas las medidas que estuvieron a su alcance para la atención de las reclamaciones formuladas y compensación por los inconvenientes que se pudieron ocasionar durante el día de la madre.

⁷⁰ CORTE CONSTITUCIONAL. Sala Plena de la Corte Constitucional. Sentencia C-713 de 2012. Expediente D-8984. Magistrado Ponente: GONZÁLEZ CUERVO, Mauricio.

Con lo anterior queremos reconocer que, si bien pudieron haber hechos que hayan impedido el correcto funcionamiento de la Plataforma, estos se debieron a hechos fortuitos que excedieron la capacidad que Rappi había fortalecido de manera especial y excepcional para dicha festividad, que finalmente fueron manejados con absoluta diligencia para la solución de todos y cada uno de los inconvenientes reportados por los Usuarios.

Ante tal reconocimiento, le pedimos respetuosamente a la Dirección que aplique los criterios de graduación que están presentes en el parágrafo 1° del artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, particularmente los dispuestos en los numerales 4° relativo a 'La disposición o no de buscar una solución adecuada a los consumidores, 5° aplicable por 'La disposición o no de colaborar con las autoridades competentes', y 8° 'El grado de prudencia o diligencia con que se hayan atendido los deberes o se hayan aplicado las normas pertinentes'.

Frente a cada uno de ellos, le pedimos respetuosamente tener en cuenta las soluciones antes descritas para solventar las peticiones, quejas y reclamos de los consumidores, lo cual demuestra la buena disposición de Rappi encaminada a arreglar los problemas generados a los Usuarios. Del mismo modo, pedimos que se tenga en cuenta la actitud procesal positiva del aquí investigado ante todos los requerimientos y explicaciones solicitadas por la Dirección, a efectos de dar por probada su colaboración ante lo ocurrido, así como la prudencia y diligencia que caracterizó su actuar semanas antes del día de la madre, por la aplicación de medidas encaminadas a hacer frente a la sobredemanda de servicios durante la festividad.

El grado de colaboración, proactividad y prudencia con el que Rappi actuó para afrontar la demanda de servicios y todos los hechos en torno al día de la madre, le permiten a la Dirección atenuar cualquier reproche que adelante en su contra con ocasión de los inconvenientes experimentados durante esa festividad.

Así pues, si bien los argumentos hasta ahora expuestos deberían ser suficientes para que la Dirección archive el cargo en relación con lo ocurrido el día de la madre, por la presentación de hechos que representaron una fuerza mayor, sin perjuicio de ello consideramos aplicables los criterios de graduación antes mencionados en caso de que la Dirección continúe con el reproche en su contra.(...)"

Así las cosas, en cuanto al daño a los consumidores, se tendrá en cuenta que la afectación a que hace referencia este criterio difiere del daño cierto y resarcible y más bien obedece a la potencialidad con que la conducta infractora puede perjudicar a un universo de consumidores, y que el hecho de infringir el marco jurídico de esta investigación, involucra la vulneración de un interés jurídico tutelado desde la constitución -los derechos de los consumidores- en concreto los de ser protegidos en lo relacionado con la calidad de los bienes y servicios, la información, la propaganda comercial de productos nocivos para la salud, la publicidad engañosa, la información en el contexto del comercio electrónico y el resguardo de los derechos de los niños, niñas y adolescentes en este último.

En efecto, se evidenció que el servicio de rappifavor de la investigada presentó deficiencias que vulneraron las expectativas de los consumidores frente a las características inherentes y atribuidas por aspectos como 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 promociones ni de pagos con "Rappicréditos" y pérdida de productos que se envían a través de RAPPIFAVOR.

Así mismo, en lo que atañe a la entrega de los pedidos adquiridos a través de su plataforma de comercio electrónico, se advirtió que se presentaron cancelaciones por parte de RAPPI S.A.S., no entregas, entregas incompletas o en mal estado, entrega de un producto diferente al solicitado e inconvenientes con el cobro por la prestación del servicio, que defraudaron igualmente las expectativas de los usuarios de la aplicación.

Lo mismo ocurrió en relación con la demora en los tiempos de entrega de los pedidos, pues se logró determinar que el sujeto pasivo incumplió los plazos señalados en su plataforma electrónica, llevando a que los consumidores tuvieran que esperar hasta el triple de lo inicialmente informado para obtener su pedido.

En la misma línea, se encontró que con ocasión del día de la madre se vieron trasgredidas las expectativas de los consumidores por hechos como la no entrega, la entrega incompleta, la entrega de un producto diferente al solicitado, entre otros.

Igualmente, se observó que el sujeto pasivo no garantiza que los menores de edad no tengan acceso a productos nocivos para la salud como bebidas embriagantes por lo que hace parte de las condiciones inherentes a la entrega de estos bienes la de su restricción para niños, niñas y adolescentes.

Por otra parte, se pudo constatar que la investigada infringió lo dispuesto en los artículos 23, 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el numeral 2.1.2.4. del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio en tanto que emitió publicidad de productos nocivos para la salud, como lo son las bebidas alcohólicas, sin advertir de manera clara y suficiente sobre su nocividad o peligrosidad y sin indicar la necesidad de consultar las condiciones para su correcto consumo y sus contraindicaciones, aspecto que resulta esencial para la protección de los consumidores en razón al tipo de bienes anunciados, y respecto de los cuales se pretende influir en la decisión de compra.

De otro lado, también se presentó una trasgresión a lo establecido en los artículos 23 y 50 (literal c) de la Ley 1480 de 2011, en tanto que la información proporcionada a los usuarios de la plataforma de comercio electrónico sobre los tiempos de entrega no fue, clara, ni veraz, ni suficiente, ni oportuna y, por el contrario llevó a que se les indujera en error al momento de tomar su decisión de consumo, en tanto que se señalaron plazos exactos, cuando los mismos eran estimados y podían modificarse constantemente.

Lo mismo sucedió con ocasión de la celebración del día de la madre, toda vez que informó a los consumidores de manera previa a la decisión de consumo, un tiempo de entrega que incrementó constantemente luego de realizado el pedido y sin que por lo menos se informara de las modificaciones presentadas.

Por lo anterior, el incumplimiento de lo dispuesto en el Estatuto del Consumidor con ocasión de las situaciones fácticas antes descritas, de suyo implica una afectación directa a los derechos de los consumidores, debe tener como consecuencia la imposición de una sanción que armonice con la gravedad de tales conductas, en tanto que existen una considerable cantidad de peticiones, quejas y reclamos por la mala prestación del servicio suministrado por la aquí investigada y se afectó consumidor vulnerable, esto es, a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores.

Así mismo, se pudo determinar que la conducta de la sociedad devino en una infracción al literal d) del artículo 50 de la Ley 1480, comoquiera que no tiene publicados en su totalidad y de manera fácil y accesible los términos, condiciones y restricciones de uso del servicio *RAPPIFAVOR* en los medios que utiliza para ejercer actos de comercio electrónico, específicamente, en su página web <http://www.rappi.com.co/>, y en su aplicación móvil RAPPÍ. Lo cual se replica en lo que atañe a las condiciones generales relacionadas con la comercialización de productos nocivos como las bebidas alcohólicas.

Finalmente, se advirtió que las medidas implementadas por el sujeto pasivo para evitar la venta de productos nocivos para la salud a menores de edad, como lo son las bebidas alcohólicas y los cigarrillos, no son suficientes ni efectivas para la protección de los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores de cara a lo establecido en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, en tanto que no hay verificación de edad de los mismos al momento de la entrega de los pedidos, y las medidas previas no resultan aptas para lograr el cometido de la norma.

En ese orden de ideas, el criterio del daño a los consumidores será tenido en cuenta como agravante para la imposición de la sanción a la que haya lugar.

Ahora bien, en cuanto a la reincidencia en la comisión de infracciones en materia de protección al consumidor, se evidenció, por medio de la Resolución N°65205 de 2020, confirmada en instancia de apelación mediante la Resolución N°70143 de 2021, que la investigada ya había sido sancionada por esta Dirección. En esa ocasión, como consecuencia de la vulneración a lo dispuesto en los artículos

3, 6, 24, 26, 23, 29, 30, 33, 43, 46, 50, y 51 de la Ley 1480 de 2011, los numerales 2.1.1., 2.1.1.2., 2.1.2.2, 2.3., 2.3.2. del Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio, y los artículos 2.2.2.51.1., 2.2.2.51.2 y 2.2.2.51.3. del Decreto 1074 de 2015. Así las cosas, este Despacho dará aplicación este criterio como agravante.

En lo que corresponde a la disposición de buscar solución a los consumidores se tendrán en cuenta los argumentos del apoderado trascritos en precedencia, en tanto que a partir de la información allegada durante la etapa preliminar mediante el número de radicado 20-119387-1 del 21 de mayo de 2020 se pudo constatar que, en efecto, una vez presentadas las fallas se realizaron reembolsos del 100% de las órdenes que no pudieron ser entregadas a los Usuarios, envíos de mensajes vía correo electrónico para tramitar sus peticiones, quejas o reclamos, y llamadas a los Usuarios para brindarles de forma personalizada, así como la difusión de mensajes masivos en redes sociales, por lo que este criterio será tenido en cuenta como atenuante. No obstante se aclara que el funcionamiento incorrecto de la plataforma como consecuencia del incremento de la demanda no era un hecho inesperado, por lo que no puede ser considerado de ninguna manera como fortuito. De allí que aunque resulte aplicable el criterio atenuante pero no la exoneración de la investigada por tal circunstancia.

En cuanto a la disposición de colaborar con esta Autoridad, debe señalarse que no podrán ser acogidos los argumentos de la investigada, toda vez que la comparecencia activa de la sociedad, se establece como un deber de los sujetos procesales, lo cual significa que recae sobre los investigados la obligación de aportar en debida y oportunamente todos los documentos e información que les fueron formalmente requeridos, por lo que no puede ser valorada dicha conducta como atenuante para dosificar el monto de la sanción a imponer⁷¹.

Por su parte, en lo relacionado con el grado de prudencia o diligencia debe decirse que, en efecto como lo plantea la investigada en sus descargos, a partir de la información del radicado N° 20-119387-1 del 21 de mayo de 2020 se pudo determinar que la investigada, previo a la celebración del día de la madre, previó ciertas medidas encaminadas a suplir la demanda, verbigracia, la contratación de más *Rappitenderos*, entre otras, pese a lo cual incumplió lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011 durante el contexto de la celebración del día de la madre de 2020, por lo que este criterio será tenido en cuenta como atenuante de la sanción a imponer.

Finalmente, este Despacho debe señalar que, dadas las circunstancias particulares de la presente investigación contra la sociedad, no son aplicables los criterios de dosificación comprendidos en los numerales 2°, 5°, 6°, y 7° del párrafo 1° del artículo 61 de la Ley 1480 de 2011.

Así las cosas, teniendo en cuenta que el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, establece el régimen sancionatorio por las infracciones a las normas del Estatuto del Consumidor, esta Dirección, atendiendo a las circunstancias particulares del sub-examine, le impondrá una multa a **RAPPI S.A.S.**, identificada con el NIT 900.843.898-9, 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 (1245)** salarios mínimos mensuales legales vigentes y que corresponden a **32759,71UVT**

VIGÉSIMO CUARTO: CONSIDERACIÓN FINAL

De conformidad con lo establecido en el artículo 49 de la Ley 1955 de 2019, por medio de la cual se expidió el "Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022", les corresponde a las autoridades que tengan a su cargo cobros, sanciones, multas, tasas, tarifas y estampillas fijados con base en el salario mínimo legal mensual vigente (SMLMV), establecer a partir del 1° de enero de 2020, dichos valores en la unidad de Valor Tributario –UVT vigente.

En cumplimiento de la anterior disposición, esta Entidad a efectos de cumplir con lo antes expuesto, procederá a tener en cuenta respecto del valor de la multa, el monto del salario mínimo legal mensual vigente para la presente vigencia fiscal⁷², así como calculará el equivalente en el valor de la Unidad de valor Tributario vigente para el momento de la imposición de la sanción⁷³.

⁷¹ Artículo 6 de la Ley 1437 de 2011 y artículo 78 de la Ley 1564 de 2012

⁷² El salario mínimo legal mensual vigente para el año 2022 es de UN MILLÓN DE PESOS (\$1.000.000).

⁷³ El valor de Unidad de Valor tributario (UVT) que registrará para el año 2022 es de TREINTA Y OCHO MIL CUATRO PESOS (\$38.004).

En mérito de lo expuesto, esta Dirección,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: IMPONER una multa a **RAPPI S.A.S.**, identificada con el NIT 900.843.898-9, 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 (1245)** salarios mínimos mensuales legales vigentes y que corresponden a **32759,71UVT** a la fecha de la presente resolución y de conformidad con la parte motiva de esta providencia.

PARÁGRAFO: El valor de la sanción pecuniaria que por esta resolución se impone, deberá efectuarse utilizando la forma universal de recaudo, consignando en efectivo o cheque de gerencia en el Banco de Bogotá, Cuenta Corriente N°062-87028-2, a nombre de la Superintendencia de Industria y Comercio, Código Rentístico N°03, NIT. 800.176.089-2, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la ejecutoria de esta resolución, pago que debe acreditarse en la ventanilla de la Tesorería de esta Superintendencia con el original de la consignación, donde le expedirán el recibo de caja aplicado a la resolución sancionatoria. Vencido este plazo se cobrarán intereses por cada día de retraso, liquidados a la tasa del 12% efectivo anual.

ARTÍCULO SEGUNDO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente resolución 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 el presente acto administrativo proceden los recursos de reposición ante la Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor y apelación ante la Superintendente Delegada para la Protección del Consumidor, los cuales deben ser interpuestos dentro de los diez (10) días siguientes a la notificación de este acto y conforme a lo establecido en el artículo 76 de la Ley 1437 de 2011.

ARTÍCULO SEGUNDO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente resolución al representante legal o a quien haga sus veces de **CORPORACIÓN COLOMBIANA DE PADRES Y MADRES - RED PAPAZ** NIT 830.130.422-3, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra el presente acto administrativo proceden los recursos de reposición ante la Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor y apelación ante la Superintendente Delegada para la Protección del Consumidor, los cuales deben ser interpuestos dentro de los diez (10) días siguientes a la notificación de este acto y conforme a lo establecido en el artículo 76 de la Ley 1437 de 2011.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D. C., 03 MAR 2022

La Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor,



PAOLA ANDREA PÉREZ BANGUERA

NOTIFICACIONES

Investigada:	RAPPI S.A.S.
Identificación:	NIT 900.843.898-9
Representante Legal:	[REDACTED]
Identificación:	C.C. [REDACTED]
Dirección de notificación judicial:	Calle 93 No. 19-75
Ciudad:	Bogotá D.C.
E-mail de notificación judicial:	notificacionesrappi@rappi.com

Apoderado:	[REDACTED]
Identificación:	C.C. N° [REDACTED]
Tarjeta Profesional:	[REDACTED]
Dirección:	[REDACTED]
Ciudad:	[REDACTED]
Correo electrónico para surtir	[REDACTED]

notificación:

Tercero interesado:

Identificación:

Representante legal:

Identificación:

Dirección de notificación judicial:

Ciudad:

E-mail de notificación judicial:

CORPORACIÓN COLOMBIANA DE PADRES Y MADRES - RED PAPA Z

NIT 830.130.422-3

Carrera 16 N°93 A 36 Oficina 201 Edificio Business Center 93

Bogotá

director@redpapaz.org, soportelegal@redpapaz.org

Elaboró: LMPL
Revisó: LMAR
Aprobó: PAPP

