

UNA MIRADA SOBRE LAS
PLATAFORMAS DIGITALES
**DESDE EL DERECHO
DEL CONSUMO**



Sofía Culma Cifuentes
Kevin Stiven Lozano Capera
John Edwin Zapata Hernández

RESUMEN

Uno de los principales problemas para las plataformas digitales y los consumidores en Colombia es la falta de regulación que existe respecto de la relación contractual entre las partes contratantes. Por ello, a través del presente estudio se realiza un análisis de los casos Uber y Rappi en América Latina y Europa, así como, un examen de las normas de la jurisdicción colombiana que pueden llegar a regular las actuaciones de las plataformas digitales que prestan servicios en el territorio colombiano. Así, se determina que el Estatuto del Consumidor y la Ley de Comercio Electrónico al ser normas de carácter general son aplicables al momento de proteger los derechos de los consumidores respecto al producto o servicio que estos adquieren de una plataforma digital. De lo anterior, se concluye que la protección que brinda el derecho del consumo si bien, es aplicable a algunas disposiciones de la relación contractual entre la plataforma y el usuario, no es idónea debido a que, es una norma que no está diseñada para regular las plataformas digitales en su totalidad, toda vez que, estas son medios novedosos que ha desarrollado el empresario para participar en el mercado y se encuentran en un proceso de expansión.

Palabras claves: Plataforma; Consumidor; Comercio; Responsabilidad; Contratación; Uber; Rappi.

INTRODUCCIÓN

En la edad post moderna las relaciones comerciales van de la mano con el desarrollo tecnológico, es así como la adquisición de bienes y servicios ha debido adaptarse a una economía globalizada. En el mercado, como en la naturaleza, la supervivencia del operador económico depende de su capacidad de adecuar su operación a las nuevas tecnologías y las necesidades que surgen por el uso de estas.

Dentro de las nuevas posibilidades que nos presentan los avances tecnológicos, encontramos la contratación electrónica, opción que se manifiesta como una gran oportunidad para la oferta de bienes y servicios a un mayor número de consumidores con un alcance ilimitado en lo que a fronteras se refiere.

Es así, que en marzo de 2009 en EE.UU. se dio vida a la plataforma Uber, la cual actualmente brinda una opción de transporte en más de 70 países alrededor del mundo¹. En 2015, en Colombia se fundó la compañía Rappi, una plataforma tecnológica o aplicación que facilita el acceso del consumidor a

diferentes productos y que actualmente funciona en nueve países de Latinoamérica². Estas dos aplicaciones son ejemplos de nuevas formas de incursión en el mercado que han generado una discusión en el ámbito jurídico en tanto no se tiene certeza de las leyes que deben regir su operación en los diferentes países donde se han radicado, problemática que no es ajena al territorio colombiano.

Por lo anterior, en este artículo se busca realizar un análisis de la normatividad colombiana recogida en el Estatuto del Consumidor y que puede ser aplicada a los casos de Uber, Rappi y otras plataformas digitales que ofrezcan servicios mediante medios tecnológicos, desde un enfoque de protección de los derechos que le asisten al consumidor.

En consecuencia, se llevará a cabo un estudio de la Ley 1480 de 2011, o también llamada Estatuto del Consumidor, en relación con las políticas de uso y condiciones de las plataformas digitales, en contraste con lo contenido en la Ley 527 de 1999 sobre comercio electrónico en el Estado Colombiano. En segundo lugar, se describirá la situación jurídica de algunas plataformas digitales en países de América Latina y

¹ Pardo, D. (2020). Uber en Colombia: cómo se "reinventó" la empresa para volver al país pese a la prohibición. Marzo 07, 2020, de BBC Mundo Sitio web: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51578415>.

² El Espectador (2020). Rappi anunció el recorte del 6 % de su personal en América Latina. Junio 09, 2020, de El Espectador. Sitio web: <https://www.elespectador.com/noticias/economia/rappi-anuncio-el-recorte-del-6-de-su-personal-en-america-latina/>

Europa y se presentará la posición de los investigadores frente a la problemática planteada, para así determinar así determinar la situación jurídica en la que se encuentran estas plataformas digitales en Colombia.

I. REGULACIÓN JURÍDICA DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN COLOMBIA.

Para llevar a cabo el presente análisis se parte de considerar que en el ordenamiento jurídico colombiano a la fecha no existe ninguna regulación sobre las plataformas digitales de economía colaborativa, que brinden plena garantía y protección a los derechos de los usuarios. Sin embargo, existe normatividad que puede regular – en parte - este tipo de actividad, ya sea la Ley 527 de 1999 o la Ley 1480 del 2011.

i. Comercio electrónico y Estatuto del Consumidor

En Colombia, los derechos de los consumidores son garantías de orden constitucional en tanto que el artículo 78 de la Constitución Política establece

cargas sobre los prestadores de bienes o servicios en el territorio, en relación con los consumidores. Estas cargas se manifiestan en deberes como el respeto a la salud y la seguridad de los destinatarios finales de dichos productos o servicios. Es así como la Ley 1480 de 2011 plantea 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...”*³.

Bajo la anterior premisa, el Estatuto del Consumidor se encarga de regular las relaciones de consumo que puedan surgir entre productores y/o proveedores respecto de los consumidores (artículo 2). Así, la relación de consumo es aquella que está conformada por un consumidor, entendido como toda persona natural o jurídica que sea destinatario final de un producto o servicio, para el disfrute personal, familiar o empresarial, siempre que este no esté ligado intrínsecamente a su actividad económica⁴, v. gr. quien adquiere un televisor para el disfrute familiar. Desde el otro extremo de la relación de consumo se ubica el productor, entendido como *“Quien de manera habitual, directa o*

³ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. LEY 1480 DE 2011 “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”. Artículo 1 [Título I, capítulo I]. En: Diario Oficial: 48.220. Bogotá: Imprenta Nacional, 2011.

⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. LEY 1480 DE 2011 “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”. Artículo 5, numeral 3 [Título I, capítulo 2]. En: Diario Oficial: 48.220. Bogotá: Imprenta Nacional, 2011.

*indirectamente, diseñe, produzca, fabrique, ensamble o importe productos*⁵.

De igual forma, la Ley 1480 de 2011 establece en su artículo 3 un listado no taxativo de derechos de los consumidores, tales como: derecho a recibir productos de calidad; seguridad e indemnidad; información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible e idónea; protección contra la publicidad engañosa, mecanismos de reclamación; derecho de elección; derecho de participación; derecho de representación; derecho a informar; derecho a la educación; derecho a la igualdad, entre otros.

De lo anterior se desprenden algunas conclusiones iniciales: (i) los derechos de los consumidores son garantías constitucionales cuya efectividad se hace manifiesta a través del Estatuto, (ii) la Ley 1480 de 2011 protege a los consumidores en las relaciones frente a los productores y/o proveedor de bienes o servicios, entendiendo al primero como la parte débil de la relación contractual⁶ (iii) la relación de consumo, como ámbito

objetivo de aplicación del Estatuto del Consumidor, nace de un contrato, cualquiera que sea su forma, entre el productor y/o proveedor y el consumidor.

Tradicionalmente, la contratación en Colombia se ha dado a través de la relación directa entre las partes, implicando el contacto entre el productor del bien o servicio y su destinatario final. Sin embargo, la normativa en el derecho de consumo amplió el espectro de regulación hacia medios no convencionales de contratación, como las ventas a distancia, que son aquellas en las cuales la persona no tiene contacto directo con el producto que adquiere, supuesto que no dista de la actualidad frente a las plataformas de economía colaborativa como Uber o Rappi. Por ello, el artículo 5, numeral 16 de la Ley 1480 contempla las ventas a distancia en la modalidad de comercio electrónico, como una forma por la cual se puede establecer una relación de consumo entre el destinatario final de un producto o servicio y el productor y/o proveedor de este.⁷

⁵ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. LEY 1480 DE 2011 "Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones". Artículo 5, numeral 9 [Título I, capítulo 2]. En: Diario Oficial: 48.220. Bogotá: Imprenta Nacional, 2011.

⁶ Robledo, P. F., Ramírez, M. A., Acuña, A. M., & Uribe Navarro, A. M. (2020). Protección al Consumidor en Colombia. Una aproximación desde las competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio. Bogotá D. C.: Superintendencia de Industria y Comercio.

⁷ Si bien, la normativa del derecho del consumo amplió su espectro de protección para la figura de las ventas a distancia en la modalidad de comercio electrónico sobre venta de bienes, en los casos de Uber y Rappi debe interpretarse la norma en relación con la prestación de servicios de intermediación, en concordancia con la necesidad de adaptación que exige el mercado, en virtud de garantizar los derechos de la parte débil de la relación contractual: el consumidor.

Consecuentemente, la Ley 527 de 1999 que fue adoptada como producto de la Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil (CNUDMI) pretende: *“eliminar o reducir los obstáculos jurídicos que entorpecen el desarrollo del comercio internacional y modernizar y armonizar progresivamente el derecho mercantil.”* (UNCITRAL, 2004)⁸. Siguiendo este objetivo, se define el comercio electrónico como:

b) Comercio electrónico. Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licen-

cias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera;⁹ **(subrayado fuera de texto)**. (CNUDMI, 2020)

Teniendo en cuenta lo anterior, hay que determinar que la CNUDMI en la Ley Modelo buscaba implementar la validez de los mensajes de datos entorno a los contratos que se podían generar en la legislación interna. Es decir, buscaba que los mensajes de datos tuvieran validez dentro del contexto o la naturaleza de cada contrato, ya sea este escrito o consensual, si era necesaria la firma, su admisibilidad y la fuerza probatoria, conservación y también la formación de estos. Además, se incorpora un apartado sobre los actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías y sus documentos.

De lo anterior se desprende un amplio concepto sobre comercio electrónico y la intención de promover el desarrollo del derecho mercantil de la mano con las nuevas tecnologías, pues, como

⁸ COMISIÓN DE NACIONES UNIDAS PARA EL DERECHO MERCANTIL INTERNACIONAL (CNUDMI). (2004). EL ABECÉ DE LA CNUDMI. 18 de abril del 2020, de CNUDMI Sitio web: <https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/es/uncitral-leaflet-s.pdf>

⁹ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. LEY 527 DE 1999 “Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones”. Artículo 2, literal b [Parte I, Capítulo I]. En: Diario Oficial: 43.673. Bogotá: Imprenta Nacional, 1999.

manifestó la CNUDMI, se pretende modernizar el derecho mercantil. Razón por la cual, sobre el entendido de esta ley, su regulación sería aplicable a las plataformas digitales que actualmente prestan servicios en Colombia, como es el caso de Uber o Rappi.

De igual forma, el Estatuto del Consumidor define el comercio electrónico 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"*¹⁰. Sin embargo, bajo conceptos tan amplios y etéreos sobre lo que se entiende por comercio electrónico, vale la pregunta en un contexto actual de virtualización, si las aplicaciones digitales se enmarcan e este concepto, si les es aplicable el Estatuto del Consumidor y si esta norma es idónea para proteger los derechos de los consumidores.

Tal como vemos, el comercio electrónico es un concepto que puede abarcar cualquier tipo de relación contractual en la que una persona actúe de forma directa o por intermedio de un

representante. En este sentido, Ortega (2020) sostiene que *"el comercio electrónico es un concepto amplio que involucra cualquier transacción comercial a través de medios electrónicos"*¹¹ (p. 153). Sobre ello, trae a colación que la Organización Mundial del Comercio y la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional presentan ejemplos de medios a través de los cuales se puede llevar a cabo este tipo de comercio:

- Redes de telecomunicaciones, v.gr. teléfono, fax, televisión, internet, etc.
- Vías de transmisión basadas en técnicas electrónicas como la comunicación por medio del Intercambio Electrónico de Datos (I.E.D) transmisión de mensajes electrónicos y la transmisión por vía telefónica de textos de formato libre.

Asimismo, sobre el concepto de contrato electrónico expresa que, de forma genérica, son "aquellos que se celebran o perfeccionan a través de medios electrónicos"¹² (p. 155), mientras que otra parte de la doctrina lo define como "acuerdo de voluntades en que

¹⁰ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. LEY 1480 DE 2011 "Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones". Artículo 5, numeral 9 [Título I, capítulo 2]. En: Diario Oficial: 48.220. Bogotá: Imprenta Nacional, 2011.

¹¹ Ortega, J. (2017). La contratación electrónica en los ordenamientos jurídicos español y colombiano: una especial atención a la cuestión de la perfección contractual y el derecho de revocación. En: Jiménez, F. (ed.). Estudios de derecho del consumo (Ley 1480 de 2011) (p.155-179). Bogotá D.C: Universidad de La Sabana.

¹² Pérez, M. (2003). El contrato por medios electrónicos. Bogotá D.C.: U. Externado de Colombia.

las partes se comprometen a realizar una obligación consistente en dar, hacer o no hacer una cosa, caracterizado esencialmente por la utilización de medios electrónicos" (Pérez, p. 153, 2003) .

Teniendo en cuenta que tanto la Ley de Comercio Electrónico como el Estatuto del Consumidor comprenden la contratación electrónica como la que se lleva a cabo por medio de mensajes de datos frente a toda operación comercial sobre bienes o servicios, se procederá a analizar la efectividad de la norma frente a estos casos.

II. REGULACIÓN DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN AMÉRICA LATINA Y EUROPA

i. Regulación de Uber

Uber se ha extendido en diferentes países de América Latina y en cada uno de ellos ha conquistado los mercados locales, pero también se ha encontrado con diferentes problemas a

la hora de adecuarse a la normatividad que rige estos mercados. Es así que en Argentina en septiembre del 2018, Uber fue condenado a pagar una multa y también inhabilitados para ejercer cualquier actividad vinculada al transporte de pasajeros, sin embargo, en mayo del 2019 la Sala III de la Cámara de Apelaciones en lo Penal, Contravencional y de Faltas de la Ciudad de Buenos Aires dictaminó que la actividad de la empresa no constituía una contravención en la causa por "uso indebido del espacio público con fines lucrativos"¹³. El Juez Sergio Delgado, uno de los tres integrantes del fallo que determinó que Uber en Argentina es legal, aseguró que la circulación de automotores, que es la actividad desarrollada por el conductor del vehículo, sí es legal.¹⁴

Respecto de la legislación argentina, se puede determinar que la relación jurídica que existe entre los usuarios y los socios se trata de un contrato de transporte conforme lo regulado en los artículos 1280 y siguientes del Código Civil y Comercial de la Nación Argentina, los cuales plantean que hay contrato de transporte cuando una parte llamada transportista o porteador se obliga a trasladar personas o cosas de un lugar

¹³ Giambartolomei, M. (Enero 24, 2020). Uber: la justicia porteña insiste con que el pago con tarjeta de crédito está prohibido. Abril 08, 2020, de La Nación Sitio web: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/uber-justicia-portena-insiste-pago-tarjeta-credito-nid2327171>.

a otro, y la otra, llamada pasajero o cargador, se obliga a pagar un precio o flete y se refiere a la responsabilidad tanto por incumplimiento del contrato o retraso en su ejecución, como la responsabilidad que acarrea el transportista, según la cual, este responde por los siniestros que afecten al pasajero y por la avería o pérdida de sus cosas.

Actualmente la empresa Uber SPA, administradora en Chile de la aplicación Uber, se define como un intermediador de servicios o gestor de una base de datos que une a requirentes de transporte y conductores.¹⁵ En este momento se encuentra en trámite ante el Congreso de Chile un proyecto de ley que busca regular las plataformas tecnológicas que ofrecen servicios de transportes, por lo que las plataformas de transporte de pasajeros (Uber, Beat, DiDi y Cabify) están en estado de alerta.¹⁶

La situación ha sido un poco diferente en México, debido a que la Ciudad de México fue pionera en la regulación de la plataforma Uber. Fue así como en 2015

fijó un acuerdo que incluye un pago del 1,5% por cada viaje al gobierno de la capital, así como permisos anuales para los conductores y reglas sobre las condiciones de los automóviles,¹⁷ con el cual se logró establecer la legalidad de la plataforma en el país. En México la relación contractual existente, de acuerdo con los términos y condiciones de la aplicación, es diferente ya que se incluyen cláusulas específicas para cada estado federado del país.

ii. Uber en la Unión Europea

Cabe resaltar que El Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) resolvió que Uber es una empresa de transporte y no una mera plataforma digital de intermediación entre conductores y usuarios,¹⁸ por lo que se han desarrollado figuras jurídicas como el parasubordinado en el sistema español, parasubordinati en Italia o workers en Inglaterra, que permiten a las plataformas ejercer en sus territorios.

¹⁵ Dirección del Trabajo Ord. 6165, de 29 de Diciembre de 2016.

¹⁶ El Economista. (Septiembre 23, 2019). Ley Uber: plataformas en Chile advierten que proyecto perdió foco y piden omitir aspectos. Abril 09, 2020, de La República Sitio web: <https://www.larepublica.co/globoeconomia/ley-uber-plataformas-advierten-que-proyecto-perdio-foco-y-piden-omitir-aspectos-2911760>.

Cárdenas, L. (Febrero 04, 2020). "No es opción dejar Chile": DiDi, Cabify, Uber y Beat fijan posición ante próxima ley que los regulará. Abril 09, 2020, de La Tercera Sitio web: <https://www.latercera.com/la-tercera-pm/noticia/no-es-opcion-dejar-chile-didi-cabify-uber-y-beat-fijan-posicion-ante-proxima-ley-que-los-regulara/998435/>.

¹⁷ Corona, S. (Julio 16, 2015). El DF es la primera ciudad que regula a Uber en América Latina. Abril 09, 2020, de El País Sitio web: https://elpais.com/internacional/2015/07/16/actualidad/1437073257_032569.html.

¹⁸ Tribunal de Justicia de la Unión Europea, sentencia de 20 de diciembre de 2017, dictada en el asunto C-434/15, Asociación Profesional Élite taxi y Uber System Spain.

iii. Rappi en América Latina

Por otra parte, en el caso de la plataforma Rappi se estudia que, según los términos y condiciones de la compañía, en países como México, Brasil y Chile, la relación entre la empresa y el usuario son las concernientes a un contrato de mandato remunerado celebrado por medios electrónicos, el cual es definido como:

Aquel acuerdo de voluntades celebrado entre el Consumidor y el Comisionista, por medio del cual el Consumidor solicita, a través de la Plataforma, la gestión de un encargo al comisionista, obligándose este último a cumplir con dicho encargo por cuenta y riesgo del Consumidor, a cambio de recibir una remuneración como contraprestación¹⁹ (Rappi, 2020)

La plataforma colombiana, fue suspendida en Argentina, junto a Glovo y PedidosYa, debido a que un juez de Buenos Aires tomó esta medida con el objetivo de que las plataformas demuestren que cumplen con los requisitos

legales de seguridad de los repartidores que van en bicicleta o motocicleta.²⁰

iv. Uber en Colombia.

En Colombia la condición de legalidad de Uber se decidió en marzo de 2019 en la Delegatura para la Protección de la Competencia de la Superintendencia de Industria y Comercio, en dicha sentencia se sancionó a Uber por la infracción de normas referentes a la competencia desleal.

Sin embargo, días después Uber regresó al país cobijado bajo unos nuevos términos y condiciones que establecen que las características actuales de la relación se rigen bajo un contrato de arrendamiento de vehículo, entendido como:

El documento privado suscrito por el Arrendador y Arrendatario mediante el cual el Arrendador entrega a título de arrendamiento, y el Arrendatario recibe al mismo título, el uso y goce de un Vehículo, con control operativo por parte del Arrendatario y con la posibilidad para el Arrendatario de tener un conductor provisto por el Arrendador,

¹⁹ Tribunal de Justicia de la Unión Europea, sentencia de 20 de diciembre de 2017, dictada en el asunto C-434/15, Asociación Profesional Élite taxi y Uber System Spain.

²⁰ Chiquiza, J. (2019). Rappi alcanza los 100.000 repartidores en siete países de América Latina. Marzo 07, 2020., de La República. Sitio web: <https://www.larepublica.co/globoeconomia/rappi-alcanza-100000-repartidores-en-siete-paises-de-america-latina-2895127>

de acuerdo con las cláusulas descritas en dicho Contrato de Arrendamiento de Vehículo.” (Rappi, 2020)

Sin embargo, es importante señalar que el servicio que ofrece Uber a los consumidores puede generar algunas fricciones relacionadas con los derechos que le asisten a estos, en especial, con la responsabilidad por daños. Uber advierte a los usuarios que no será responsable de daños indirectos, incidentales, especiales, ejemplares, punitivos o emergentes, incluidos el lucro cesante, la pérdida de datos, la lesión personal o el daño a la propiedad, entre otros.

Siendo así, se considera que, respecto a las disposiciones del Estatuto del Consumidor, las políticas de uso de Uber plantean una cláusula eximente de responsabilidad frente a las obligaciones que le corresponderían a la plataforma como prestadora de un servicio. Por lo que el artículo 7 de la Ley 1480 establece un deber sobre productores y/o proveedores de servicios de responder por la calidad, idoneidad, seguridad, buen estado y funcionamiento del servicio prestado, en el marco de la calidad con que la que el mismo se lleva a cabo.

Surge la pregunta de cuál es la responsabilidad de Uber en el marco de las normas protectoras de los derechos de los consumidores: ¿estamos ante una cláusula abusiva? ¿Los derechos de los consumidores, frente a esta modalidad de contrato de arrendamiento, se protegen por las normas específicas de dicho contrato y solo respecto de la persona con la que el usuario se contacta? ¿Hace falta una regulación concreta para proteger de forma adecuada los derechos de los consumidores frente a una economía digital que cada día evoluciona?

Bajo las anteriores cuestiones, se debe considerar que el contrato por el cual el usuario se vincula con Uber es un contrato de adhesión, entendido este como *“Aquel en el que las cláusulas son dispuestas por el productor o proveedor, de manera que el consumidor no puede modificarlas, ni puede hacer otra cosa que aceptarlas o rechazarlas”*²¹. Razón por la cual, se prohíbe el pacto de cláusulas por las cuales el productor o prestador de un bien o servicio se exima de su responsabilidad frente a su operación²² y su establecimiento genera su ineficacia de pleno derecho²³.

²¹ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. LEY 1480 DE 2011 “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”. Artículo 5, numeral 4 [Título I, capítulo II]. En: Diario Oficial: 48.220. Bogotá: Imprenta Nacional, 2011.

²² COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. LEY 1480 DE 2011 “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”. Artículo 38, [Título VII, capítulo II]. En: Diario Oficial: 48.220. Bogotá: Imprenta Nacional, 2011.

²³ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. LEY 1480 DE 2011 “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”. Artículo 43, [Título VII, capítulo III]. En: Diario Oficial: 48.220. Bogotá: Imprenta Nacional, 2011.

Respecto de la segunda cuestión, cabe recordar que el Estatuto del Consumidor es Ley general y por tanto las leyes específicas, que puedan afectar las relaciones contractuales de consumo, no pueden serle contrarias. Por consiguiente, cuando una norma específica sobre el contrato de arrendamiento establezca condiciones particulares para una relación contractual, que sean contrarias a las disposiciones generales del Estatuto del Consumidor, se presentaría un conflicto normativo sobre cuál disposición aplicar: la norma que establece los derechos y acciones del arrendatario frente a alguna desavenencia contractual o la norma que regula sus derechos como destinatario final de un servicio. Así sigue sin haber respuesta a la pregunta de cuál es el grado de responsabilidad de Uber por los servicios que presta, dejando claro que existe un vacío normativo en este punto.

v. Rappi en Colombia

Por su parte, se genera una problemática similar con Rappi. En este caso, la plataforma digital Rappi define

la relación contractual que nace de sus servicios en los siguientes términos:

Aquel acuerdo de voluntades celebrado entre el Consumidor y el Mandatario, por medio del cual el Consumidor solicita, a través de la Plataforma, la gestión de un encargo al Mandatario, obligándose este último a cumplir con dicho encargo por cuenta y riesgo propio, a cambio de recibir una remuneración como contraprestación.²⁵ (Rappi, 2020)

En consecuencia, Rappi, de la misma forma que Uber, expone en sus términos y condiciones de uso, la implementación de una modalidad contractual propia del derecho colombiano, la cual es un contrato de mandato sin representación. De igual forma, especifica que *“las reclamaciones por garantía se deben realizar directamente a los Mandatarios, quienes tienen la obligación de responder por la gestión del encargo.”*. Así, estamos ante un supuesto de cláusula eximente de responsabilidad por parte de Rappi frente a los servicios que presta.

²⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. LEY 1480 DE 2011 “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”. Artículo 2, [Título I, capítulo II]. En: Diario Oficial: 48.220. Bogotá: Imprenta Nacional, 2011.

Rappi, Inc. (). Términos Y Condiciones De Uso De Plataforma “Rappi”. Abril 09, 2020, de Rappi, Inc. Sitio web: <https://legal.rappi.com/mexico/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataforma-rappi-3/>.

²⁵ COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO - SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Resolución No. 40212 de 28 de agosto de 2019.

Si bien, la relación contractual que nace para los usuarios de Rappi respecto de la persona que se desempeña en el encargo, se trata de un mandato remunerado, celebrado por medio electrónico, debemos tener en cuenta las consideraciones que anteriormente se realizaron sobre el artículo 2 del Estatuto del Consumidor en el caso de Uber. Es decir, las normas sobre el contrato de mandato se encargarán de regular la relación entre el mandante (usuario de Rappi) y el mandatario (la persona que prestará el servicio solicitado), pero no queda claro cuál es la vinculación que presenta Rappi respecto del solicitante del servicio en los eventos de inconformidad con el mismo.

Sobre este punto, la Superintendencia de Industria y Comercio (en adelante SIC), a través de la Resolución No. 40212 de 28 de agosto de 2019²⁶ sancionó a Rappi S.A.S por el incumplimiento de la normativa sobre comercio electrónico y la Ley 1480 de 2011. Al respecto, la SIC sostuvo que el modelo de negocio de Rappi no puede considerarse como un portal de contacto, pero sí como una aplicación que realiza actividades de comercio electrónico y que es partícipe de la cadena de comercialización en la que se encuentran el usuario, el

rappitendero y el establecimiento de comercio.

En consecuencia, determinó en el caso concreto que Rappi, que al ser parte de la cadena de comercialización hasta el momento en que se debe realizar el pago por parte del usuario, es responsable de ofrecerle al mismo la información más veraz, clara y concreta posible según sea el caso del producto que se oferta a través de su plataforma. De igual forma, le ordenó a la sociedad ajustar sus políticas de uso a la normativa referente a la protección de los derechos del consumidor en cuanto a estos aspectos.

De lo anterior, podemos concluir que la SIC, cumpliendo con su deber de proteger los derechos del consumidor, abrió una brecha para dar a entender que el Estatuto de Consumidor es aplicable, al menos en parte, a Rappi. Sin embargo, también deja ver que aplicaciones como esta, o como Uber, son plataformas digitales que presentan una modalidad innovadora de participar en el mercado y respecto de las cuales, actualmente, no existe regulación en Colombia. Por esta razón, se generan vacíos normativos que deben resolverse caso a caso por el juez del consumo.

²⁶ COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO - SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Resolución No. 40212 de 28 de agosto de 2019.

III. CONCLUSIÓN

En virtud del estudio desarrollado, se concluye que la adquisición de servicios por medio de plataformas digitales no se encuentra regulada en una norma específica dentro del ordenamiento jurídico colombiano, sin embargo, se puede acudir a normas de carácter general como la Ley 527 de 1999, Ley de Comercio Electrónico y la Ley 1480 del 2011, para realizar un acercamiento a la protección que recibe el consumidor respecto de los servicios que adquiere mediante aplicaciones como Uber y Rappi. Así mismo, estas normas brindan una primera aproximación de la regulación de la materia en Colombia, atendiendo a que la prestación de servicios a través de plataformas digitales se encuentra incluida dentro la acepción de comercio electrónico.

Además, se determina que las plataformas digitales han, desde sus inicios, representado desafíos jurídicos para los países, tanto de América Latina como de Europa. Es así como Uber y Rappi han sido sancionados en diferentes naciones debido al vínculo contractual que establecen con sus usuarios, lo que las ha llevado a desarrollar diferentes estrategias jurídicas para seguir en funcionamiento dentro del mercado. Si bien, las plataformas han sido sancionadas, el debate se ha centrado en temas relacionados con lo laboral y lo

contractual, dejando de lado, como se evidencia en los casos mencionados anteriormente, el análisis sobre la responsabilidad de las plataformas digitales frente al consumidor del servicio que estas ofrecen.

Ahora bien, en el Estado colombiano Uber debió cambiar el mecanismo jurídico mediante el cual contrataba con sus usuarios con el fin de poder seguir teniendo presencia en el país, dado que la SIC lo sancionó por prácticas desleales que se encontraban afectando la libre competencia del mercado colombiano. Actualmente, Uber se encuentra realizando sus operaciones en Colombia bajo la figura de un arrendamiento de vehículo y no como lo hacía en el pasado, mediante un mandato. En esta nueva forma de contratación Uber incluye cláusulas que lo eximen de todo tipo de responsabilidad frente a los usuarios y que pueden ser consideradas como cláusulas abusivas en relación con la Ley 1480 de 2011.

Por su parte, Rappi maneja una forma de contratación que se enmarca en la figura jurídica de un contrato de mandato. Así, de la misma forma que Uber, establece dentro de sus políticas de uso que cualquier tipo de responsabilidad respecto de la inconformidad del usuario frente al servicio o el producto que recibe, se reclamará frente al rappitendero y no frente a la plataforma que

los contacta. Por ello, en el año 2019, la SIC sancionó a Rappi por conductas contrarias a los derechos de los consumidores respecto de la información suministrada por la plataforma, abriendo la posibilidad para considerar que el Estatuto del Consumidor le es aplicable como plataforma de comercio electrónico que es, en ese punto en concreto, sin que sea clara su aplicación para los demás derechos de los consumidores.

Por todo lo anterior, es claro que las modalidades contractuales y empresariales por las que plataformas de economía colaborativa como Uber o

Rappi se presentan en el mercado, no solo colombiano, evidencian inconvenientes para el legislador desde diferentes aristas. Concretamente, desde el derecho del consumo, permiten ver que el Estatuto del Consumidor no está diseñado para aplicarse a plataformas en las cuales su operador actúa como un componente de la cadena de comercio, siendo necesario que la responsabilidad que dichos operadores puedan tener frente a los consumidores deba determinarse a través de los casos concretos y no por una normativa que los acoja y regule previamente.

IV. BIBLIOGRAFÍA

a. Páginas web:

El Espectador. (2020). Rappi anunció el recorte del 6 % de su personal en América Latina. Junio 09, 2020, de El Espectador. Sitio web: <https://www.elespectador.com/noticias/economia/rappi-anuncio-el-recorte-del-6-de-su-personal-en-america-latina/>

Giambartolomei, M. (Enero 24, 2020). Uber: la justicia porteña insiste con que el pago con tarjeta de crédito está prohibido. Abril 08, 2020, de La Nación Sitio web: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/uber-justicia-portena-insiste-pago-tarjeta-credito-nid2327171>.

Pardo, D. (2020). Uber en Colombia: cómo se "reinventó" la empresa para volver al país pese a la prohibición. Marzo 07, 2020, de BBC Mundo Sitio web: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51578415>

El Economista. (Septiembre 23, 2019). Ley Uber: plataformas en Chile advierten que proyecto perdió foco y piden omitir aspectos. Abril 09, 2020, de La República Sitio web: <https://www.larepublica.co/globoeconomia/ley-uber-plataformas-advierten-que-proyecto-perdio-foco-y-piden-omitir-aspectos-2911760>

Rappi, Inc. (2020). Términos Y Condiciones De Uso De Plataforma "Rappi". Abril 09, 2020, de Rappi, Inc. Sitio web: <https://legal.rappi.com/mexico/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataforma-rappi-3/>

b. Libros

Ortega, J. (2017). La contratación electrónica en los ordenamientos jurídicos español y colombiano: una especial atención a la cuestión de la perfección contractual y el derecho de revocación. En: Jiménez, F. (ed.). Estudios de derecho del consumo (Ley 1480 de 2011) (p.155-179). Bogotá D.C: Universidad de La Sabana.

Pérez, M. (2003). El contrato por medios electrónicos. Bogotá D.C.: U. Externado de Colombia.

Robledo, P. F., Ramírez, M. A., Acuña, A. M., & Uribe Navarro, A. M. (2020). Protección al Consumidor en Colombia. Una aproximación desde las competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio. Bogotá D. C: Superintendencia de Industria y Comercio. Bogotá D. C: Superintendencia de Industria y Comercio.

c. Sentencia judicial

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO - SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Resolución No. 40212 de 28 de agosto de 2019.

d. Leyes

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. LEY 1480 DE 2011 "Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones". En: Diario Oficial: 48.220. Bogotá: Imprenta Nacional, 2011.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. LEY 527 DE 1999 "Por

medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones". En: Diario Oficial: 43.673. Bogotá: Imprenta Nacional, 1999.

COMISIÓN DE NACIONES UNIDAS PARA EL DERECHO MERCANTIL INTERNACIONAL (CNUDMI). (2004). EL ABECÉ DE LA CNUDMI. 18 de abril del 2020, de CNUDMI Sitio web: <https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/es/uncitral-leaflet-s.pdf>

Dirección del Trabajo Ord. 6165, de 29 de diciembre de 2016.

