



USTATUNJA.EDU.CO



@santotomastunja

**PROTECCION AL CONSUMIDOR EN
PLATAFORMAS DIGITALES DE COMERCIO
ELECTRONICO.
HACIA UNA ARMONIZACION REGIONAL.**

Ana Yolima Otálora Mozo



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
SECCIONAL TUNJA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1732



USTATUNJA.EDU.CO



@santotomastunja

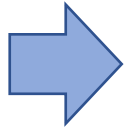


Las plataformas digitales vienen demostrando, que son el instrumento idóneo que da soporte a esta nueva forma virtual de satisfacción de necesidades del consumidor, se destaca que en la era de la digitalización y globalización del comercio, no hay presencia de los sujetos que intervienen en la relación de consumo, supone una ruptura en las tradicionales formas jurídicas de hacer negocios.



OBJETIVO GRAL

Identificar la regulación existente frente a la protección al consumidor en el comercio electrónico en plataformas digitales.



OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Conceptualizar sobre el comercio electrónico, generalidades y modalidades, el contrato electrónico y las plataformas digitales.
2. Analizar la definición de consumidor, su protección efectiva en el *e-commerce*, desde la legislación Colombiana y Brasileña.
3. Plantear desde el ámbito de consumidor como parte débil de la relación el contractual en *e-commerce*, una propuesta de marco regulatorio regional recogiendo los elementos comunes y sobresalientes de estos dos países, frente a la responsabilidad de las plataformas digitales.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
SECCIONAL TUNJA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1732



NOCIONES INTRODUCTORIAS

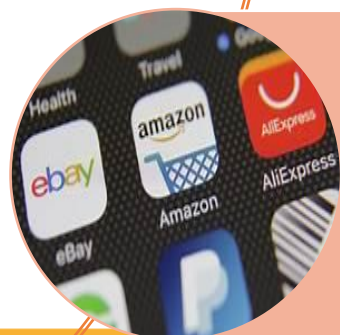


COMERCIO ELECTRONICO: aquel que “abarca todas las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. (LEY 527 DE 1999).



Un acuerdo de dos o más personas que se obligan entre sí o respecto de otra u otras, para crear, modificar o extinguir una relación jurídica de carácter patrimonial (como puede ser dar alguna cosa o prestar algún servicio), el cual se caracteriza porque el consentimiento de las partes se da por medios electrónicos, permitiendo según el caso una comunicación inmediata de las partes.

No es una nueva categoría contractual, los contratos electrónicos se encuentran regidos de igual manera bajo las normas generales del derecho de los contratos” (Fortich, 2011).



PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO son desarrollos de software, orientados a facilitar y potenciar el proceso de comercialización de productos o servicios. Brindan una solución integral en todos los aspectos relacionados con la venta, como pueden ser cuestiones de marketing, comunicación con el cliente, manejo de proveedores, sistema de inventarios, logística, canales de venta o medios de pago. Es un término informático que hace referencia a un programa o conjunto de programas de cómputo, así como datos, procedimientos y pautas que permiten realizar distintas tareas en un sistema informático.

ART. 53

Impone una obligación a los operadores de los portales de contacto o plataformas de intermediación comercial:

Quien ponga a disposición una plataforma electrónica en la que personas naturales o jurídicas puedan ofrecer productos para su comercialización, y a su vez los consumidores puedan contactarlos por ese mismo mecanismo, deberá exigir a todos los oferentes información que permita su identificación,

Deberán contar con un registro en el que conste, como mínimo, el nombre o razón social, documento de identificación, dirección física de notificaciones y teléfonos.

La información puede ser consultada por quien haya comprado un producto con el fin de presentar una queja o reclamo y deberá ser suministrada a la autoridad competente cuando ésta lo solicite.

Portales de contacto

no desarrollan una tarea de mera intermediación,

1. si su participación es activa
2. son el extremo visible de la relación de consumo
3. como agentes del mercado se lucran con las comisiones y despliegan una operación en materia de publicidad, información, entre otras.

CASO MERCADO LIBRE

la SIC bajo la interpretación del artículo 5, numeral 11, 49, y 50 de la ley 1480 de 2011 y luego un análisis detallado del modelo de negocio de Mercado Libre, en especial la proveniencia de los recursos obtenidos y el medio de pago ofertado, concluyó que este oferente es un portal de comercio electrónico y no un simple portal de contacto.

La razón esencial de esta conclusión

1. se identifica en el caso, el nivel o grado de intervención en la transacción electrónica entre vendedores y compradores,
2. No se cumple la condición de intermediación, por ende, no encuadra en la definición del artículo 53

(SIC resolución No. 55912 de 23 de agosto de 2016)

Los portales de contacto, son plataformas electrónicas que tienen como objetivo permitir que terceros, ya sean personas naturales o jurídicas, ofrezcan productos para su comercialización y a su vez los consumidores puedan contactarlos para realizar su adquisición, cumpliendo así una mera función de intermediación

En las controversias que se presentan, los consumidores reclaman por haber sido engañados o estafados con productos sobre los que el administrador de este tipo de la plataforma, argumenta que cumple un rol de simple intermediación en el mercado virtual

La SIC en cumplimiento de su función de inspección y vigilancia, (Resolución No. 40212 de 28 de agosto de 2019, impartió orden administrativa contra la plataforma de comercio electrónico RAPPI S.A.S.

DISPUSO: ajustar las cláusulas del documento Términos y Condiciones de uso de la plataforma, para proteger los derechos de los consumidores. Estableció que se trata de la operación de un proveedor de bienes y servicios a través de medios electrónicos y no un portal de contacto o mero intermediario.

DISPOSICIONES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR VULNERADAS:

- i) limita la responsabilidad del proveedor respecto de las obligaciones que por ley le corresponden,
- ii) involucra la renuncia de derechos del consumidor,
- iii) presume la manifestación de voluntad del consumidor,
- iv) restringir la posibilidad de hacer efectivas las garantías y la entrega de vueltas exactas.

El portal de contacto tiene la función de servir como foro para la aproximación entre sujetos que ofrecen sus productos y aquellos interesados en adquirirlos, se supone que, una vez entren en contacto, tengan la alternativa de concretar la operación entre ellos al margen de la plataforma, o mediante portal de contacto si estos así lo deciden.

Los portales de contacto que realizan una labor de intermediación, tienen que cumplir los deberes de información y transparencia, para que puedan exonerarse de las responsabilidades que recaen sobre los proveedores en el ámbito del comercio electrónico, situación que acontece cuando se ha informado al consumidor de manera **completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea** acerca de que la plataforma actúa como mero intermediario, es decir un portal de contacto.

(SIC Sentencia No. 00016593 del 26 de diciembre de 2019)

CRITERIOS DE INTERPRETACION



Las plataformas que más allá de prestar la estructura específica que hace posible la interacción entre los usuarios, se involucran en la operación o ejercen control, deben estar en las siguientes circunstancias para ser consideradas plataformas de comercio electrónico:

1. La transacción tiene que cursar necesariamente a través de la plataforma de comercio electrónico,
2. La plataforma establece los términos y condiciones que regulan la adquisición del producto.
3. La misma fija el precio de los productos o establece una metodología para determinarlo,
4. El pago es realizado directamente a través de dicha plataforma.



Una plataforma electrónica que pretenda recibir el tratamiento de mero portal de contacto, deberá comprender los siguientes elementos que se enuncian:

1. Demostrar que actúa como mero intermediario, simplemente pone en contacto a oferentes y consumidores,
2. Demostrar que permite que el consumidor contacte al oferente de los productos a través de su sistema,
3. Brindar la alternativa de concertar la operación entre ellos al margen de la plataforma,
4. Acreditar que no tiene un rol fundamental en la operación, así como en las condiciones de la transacción
5. Informar de manera clara, veraz, suficiente, oportuna y verificable, precisa e idónea que actúa como un mero intermediario, así como los efectos y alcances de esta situación.



Protección al consumidor

Definición

es el sujeto principal en la relación jurídica por medios electrónicos, su protección emerge del reconocimiento a su debilidad o posición asimétrica y ante la ausencia del contratante

La asimetría entre las partes en las relaciones de consumo, sitúa a una de ellas en mejor posición respecto a la otra, es allí donde el legislador reacciona adoptando una regulación tutelar, que emana del derecho común donde recibe la designación de principio pro consumidor

PRINCIPIO FAVOR DEBILIS

no existe diferencia entre el consumidor virtual y el consumidor físico, el consumidor adquirente que actúe por medios virtuales en una página o portal web destinada para realizar operaciones comerciales, podrá presentar la respectiva reclamación ante la entidad competente, en la misma forma como si se hubiere adquirido en un establecimiento de comercio físico

COLOMBIA

LEY 1480 DE 2011

BRASIL

Ley No. 8.078 del 11 de septiembre de 1990

Uno de los escenarios más relevantes que requiere protección legal para el desarrollo del comercio electrónico en las plataformas digitales, es el que tiene que ver con la protección al consumidor



ARMONIZACION REGULATORIA PARA LA PROTECCION AL CONSUMIDOR



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
SECCIONAL TUNJA
VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1732



La protección al consumidor era un problema que se consideraba de derecho interno, que no tenía elementos de internacionalidad. Hoy es una realidad regional, por la apertura del mercado a través de la internet, la integración económica de los países y el comercio de servicios extranjeros

La construcción de un marco regulatorio transfronterizo es esencial como se ha decantado en este estudio, por la internacionalización a la que nos conduce el comercio electrónico y los agentes del mercado que interactúan

Es procedente identificar los conceptos jurídicos para establecer una definición adecuada sobre portal de contacto y plataforma de comercio electrónico, tomando como punto de partida las opiniones de los doctrinantes y autores consultados, así como las recomendaciones de los organismos internacionales: la OCDE, MERCOSUR y la UNCTAD



CONCLUSIONES

Uno de los escenarios más relevantes que requiere protección legal para el desarrollo del comercio electrónico en las plataformas digitales, es el que tiene que ver con la protección al consumidor. En consecuencia, se deben abordar aspectos relevantes desde la órbita de las TIC, las políticas gubernamentales y la cooperación internacional, sobre la responsabilidad que tienen estos actores, para definir su rol de intermediación o verdaderos empresarios en las relaciones de consumo

Lograr la uniformidad internacional satisfactoria de las disposiciones legales sobre la protección al consumidor digital en las plataformas de comercio electrónico, es una ambiciosa misión que requiere de la articulación de diferentes organismos y agentes del mercado que intervienen en este importante escenario de intercambio de bienes y servicios

Colombia y Brasil, no desconocen que la protección al consumidor en el escenario del comercio electrónico, constituyen la preocupación común y permanente, conforme las políticas gubernamentales analizadas y su derecho interno. Las definiciones e instituciones legales gozan de gran similitud, aquí se comparten criterios comunes frente al avance de la tecnología y la respuesta del derecho. Se cuestiona en el mismo sentido, como se deben suplir los vacíos legales y superar las debilidades del sistema jurídico, para la tutela efectiva de los derechos del consumidor respecto a la responsabilidad del administrador de las plataformas tecnológicas o digitales de comercio

GRACIAS POR SU ATENCION



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

SECCIONAL TUNJA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1732

