



**PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DIGITAL COLOMBIANO EN EL USO DE LA  
APLICACIÓN MOVIL RAPPI.**

**ANA MARÍA SILVA AMAYA**

**MARÍA JULIANA GRAJALES GÓMEZ**

**DIRECTOR**

**GLORIA ESTELLA ZAPATA SERNA**

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de  
abogado**

**Pregrado en Derecho**

**Escuela de Derecho y Ciencias Políticas**

**Universidad Pontificia Bolivariana**

**Medellín**

**2021**

Declaración de originalidad

Fecha: 25 de noviembre de 2021.

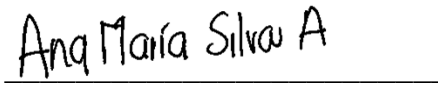
Nombre del estudiante: Ana María Silva Amaya y María Juliana Grajales Gómez.

Declaro que este trabajo de grado no ha sido presentado con anterioridad para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o en cualquiera otra universidad.

Declaro, asimismo, que he respetado los derechos de autor y he hecho uso correcto de las normas de citación de fuentes, con base en lo dispuesto en las normas de publicación previstas en los reglamentos de la Universidad.



Firma del estudiante:  
María Juliana Grajales Gómez



Firma del estudiante:  
Ana María Silva Amaya.

**PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DIGITAL COLOMBIANO EN EL USO DE LA  
APLICACIÓN MÓVIL RAPPI.  
PROTECTION OF THE COLOMBIAN DIGITAL CONSUMER IN THE USE OF  
THE RAPPI MOBILE APPLICATION**

**Sumario**

1. Introducción. 2. Rappi, una Nueva Necesidad en Tiempos de Covid-19. 3. Panorama normativo de los derechos del consumidor digital colombiano y su eficacia. 4. Derecho de consumo y sus horizontes de entendiendo: 5. Conclusiones.

**Resumen**

Este trabajo analiza cómo la adquisición de bienes y servicios de primera necesidad por medio de la aplicación Rappi, se ha aumentado en consideración a las medidas adoptadas en virtud del COVID-19, permitiendo la satisfacción de necesidades, las cuales deben ser objeto de protección del ordenamiento jurídico colombiano, buscando responder al cuestionamiento de si la adquisición de estos bienes y servicios se enmarcan en el derecho fundamental al mínimo vital y, por tanto, afirmar que dicha actividad es digna de una mayor protección.

Para ello se hará un estudio de normas actuales y teorías, que comprobarán la hipótesis de que, pese a que existen herramientas legales para la protección del consumidor, su transgresión es una realidad que implica la vulneración de un derecho fundamental. El enfoque teórico parte de la disciplina de la ciencia jurídica y usa una metodología basada en información multidisciplinaria con uso de fuentes documentales, normativas, jurisprudenciales y de datos estadísticos.

**Palabras Clave:** Consumidor Digital, Derecho de Consumo, Derechos Sociales Fundamentales, Comercio Electrónico, Covid-19.

## **Abstract**

This Project analyze how the acquisition of essential goods and services through Rappi mobile app has been increased in consideration of the measures taken under COVID-19, allowing the satisfaction of needs that must be the object of protection by our Colombian legal system, seeking to answer if the acquisition of essential goods and services allows is framed in the fundamental right to the vital minimum and, therefore, to affirm that this activity is worthy of greater protection.

To achieve this objective a study of current rights and different theories Will be done to prove the hypothesis that although there are legal tools for the protection of the Colombian digital consumer, its transgression is a reality that implies the violation of a fundamental right. The theoretical approach starts from the discipline of legal science and uses a methodology based on mixed information with the use of documentary, normative, jurisprudential, and statistical data sources.

**Key Words:** Digital consumer, consumer law rights, social and fundamental rights, electronic commerce, Covid 19.

## 1. Introducción.

La era industrial con gran desarrollo económico, especialmente en el siglo XVIII se convirtió en un impulsor de lo que hoy se conoce como “la era digital” del siglo XXI. En pocas palabras, consiste en una red global que permite de manera instantánea la transmisión de información, datos, pagos, ideas; así como también de desarrollos en la ciencia, la educación, el entretenimiento, la política y el comercio.

En respuesta a las necesidades que han surgido para el ser humano y el desarrollo de sus actividades cotidianas, surgen como respuesta, las denominadas plataformas del mundo digital que conducen a una liberación del individuo de las restricciones geográficas para el intercambio comercial de bienes y servicios.

Ahora bien, con la aparición del Covid-19, entendida como la enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2 según la Organización Mundial de la Salud OMS, la cantidad de consumidores digitales ha aumentado; las medidas tomadas por el gobierno, entre ellas la cuarentena obligatoria, el distanciamiento social y los estrictos protocolos de bioseguridad, generaron un impacto significativo en el comportamiento del consumidor, quien consciente del riesgo de contagio y cuidadoso de su salud, prefirió adquirir bienes y servicios a través de aplicaciones móviles, lo que le permitía quedarse en casa y no tener que desplazarse a puntos físicos como lo hacía antes.

No obstante, aunque el uso de las aplicaciones móviles, entre ellas Rappi (aplicación objeto de estudio) presente grandes beneficios, lo cierto es que la experiencia no es del todo positiva. Los consumidores empiezan a manifestar un gran malestar y desconfianza debido a que surge una serie de problemas relacionados con el fraude, la publicidad engañosa, la falta de calidad en los productos no sienten que estén siendo debidamente informados de las consecuencias derivadas del uso de la aplicación, para el caso concreto, de la aplicación Rappi, y de los derechos de los que son titulares. Además, con su utilización

La ausencia de disposiciones legales claras y suficientes, hacen que el consumidor se encuentre desprotegido a la hora de reclamar el efectivo cumplimiento de los derechos al activar la plataforma, los cuales muchas veces son dirigidos a la satisfacción de necesidades básicas e indispensables para asegurar una supervivencia digna y autónoma.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, el presente trabajo pretende responder si la adquisición de bienes y servicios de primera necesidad a través de la aplicación Rappi, se encuentra comprendido en el derecho fundamental al mínimo vital y, por tal razón, dicha actividad es digna de una mayor protección por parte del ordenamiento jurídico colombiano.

Para dar respuesta, los análisis de este trabajo se presentarán en tres partes: la primera, dedicada a identificar los inconvenientes en el uso de la aplicación móvil Rappi en la adquisición de bienes y servicios de primera necesidad; la segunda parte, se demostrará como la ausencia de políticas de protección claras y eficaces por parte del gobierno colombiano pueden generar la vulneración del derecho fundamental al mínimo vital; y finalmente, se compararán las diferentes posturas de algunos doctrinantes de las corrientes clásicas y progresistas frente a la constitucionalización de los derechos del consumidor.

La investigación que parte como iniciativa de trabajo de grado, utiliza metodología mixta, se enfoca en tres tipos de fuentes, documentales, jurisprudenciales y normativas; además estudia estadísticas extraídas de estudios dirigidos al comportamiento del consumidor, para que por medio de su análisis, síntesis y comprensión se diera peso argumentativo a lo expresado en el presente trabajo. Las perspectivas teóricas utilizadas son de corte jurídico, desarrolladas por autores que desarrollan planteamientos sobre derechos fundamentales; también se encuentran artículos y revistas jurídicas y científicas que analizan el derecho del consumidor en el mundo contemporáneo.

## **2. Rappi, una Nueva Necesidad en Tiempos de Covid-19.**

### **2.1 Comportamiento del Consumidor en Tiempos de Covid-19**

Es pertinente antes de abordar el tema indicado, analizar el concepto del consumidor; por ello partimos de la definición de consumidor como “aquella persona que se identifica con una necesidad o deseo, hace una compra y posteriormente se deshace del producto en el proceso del consumo” (Grundey, 2009, citado en Casco, 2020)

Adicionalmente hay que tener en cuenta que ningún consumidor es igual a otro. Existen diversos factores que influyen el comportamiento del consumidor, estos pueden ser internos, como la capacidad económica, el hábitat, factores sociales y culturales; y externos, como circunstancias exógenas, entre ellas el COVID-19 y las medidas de confinamiento adoptadas en virtud de este, que lo obliga a buscar nuevas alternativas para ejercer la actividad comercial tendiente a satisfacer sus necesidades básicas.

A causa de la pandemia el mundo y sus prácticas económicas, sociales y comerciales han cambiado. Se han introducido nuevas formas de vivir que permiten la adquisición de servicios sin contacto con las personas.

Un artículo de la revista de ciencia y tecnología “innovare” en revisión a los efectos de la pandemia de COVID-19 presenta siete efectos inmediatos en el comportamiento del consumidor, de los cuales se destacan los siguientes (Casco, 2020)

- a. Fenómeno de almacenar bienes, ya sea por miedo o acaparamiento.
- b. La necesidad de conocer más sobre el COVID-19 llevó a un aumento de cibercondría: La pandemia generó un alto interés por la búsqueda de información médica, en consecuencia, se genera la cibercondría (ansiedad y

necesidad compulsiva de información) lo que llevó a tomar decisiones sin el cuidado necesario al momento de comprar.

- c. Mejor aprovechamiento de los recursos gracias a la limitación de la disponibilidad y accesibilidad a productos y servicios: El consumidor, como consecuencia del aislamiento, descubre alternativas a sus hábitos, más convenientes, accesibles y económicas; cambia sus prioridades; de hecho, según el informe del año 2020 realizado por PWC, un 49% evita salir de sus hogares, el 50% está con teletrabajo, un 42% evita el transporte público, mientras que el 57% mantiene un distanciamiento social. (Survey, 2020).
- d. Se dio una priorización a productos que se deben consumir y en que gastar cuidando las finanzas y la salud: Sé destacada la el consumo real dirigido a “simplificar la vida (...) y reducir el consumismo para liberar al ser humano de lo innecesario”(Sheth, 2020, citado en Casco, 2020); un consumo más consciente, enfocado a la adquisición de bienes y servicios básicos.
- e. La tecnología digital permitió estar conectados a pesar de la cuarentena: Ante la necesidad se adoptan nuevas tecnologías y descargan aplicaciones que les permiten hacer compras en línea<sup>1</sup>.
- f. Aumento de entregas a domicilio: Debido a las restricciones a la circulación en consideración del COVID-19, los consumidores no podían realizar sus compras en puntos físicos; ante esta imposibilidad los negocios empiezan a utilizar servicios de entrega y su demanda por plataformas digitales empieza a aumentar<sup>2</sup> tanto en Colombia como en toda América Latina.

Según la medición realizada en junio de 2020 por mobimetrics.co, se indica que con un 61%, Rappi fue la preferida por los consumidores durante la

---

<sup>1</sup> Según el informe *Consumer Insights de la división de consumo masivo de Kantar, en el primer semestre del año 2020*, 24,4% de los hogares del país hicieron compras de la canasta de consumo masivo vía telefónica, mientras que 10,7% lo hicieron a través del comercio electrónico (Consumer Insights, 2020, citado en la revista *La República*)

<sup>2</sup> Según el periódico de Iberoamérica más antiguo denominado, “*La República*”, en análisis respecto de las aplicaciones más usadas por los consumidores llega a la conclusión de que Rappi, Domicilios.com, iFood, Uber Eats y Merqueo fueron las más populares durante el aislamiento obligatorio. Según la más reciente medición de Mobimetrics.co, realizada durante la primera semana de julio de 2020 y en la que a través de la aplicación móvil Mobijob 600 consumidores entregaron su testimonio. (*La República*, 2020)



cuarentena (Amaya, 2020) y esto puede deberse a que, como lo afirma su cofundador, Simón Borrero, tuvo una gran ventaja desde que la pandemia comenzó a crecer, pues sus inversionistas en Asia les fueron dando información sobre lo que estaba pasando; fue así como pudieron anticiparse y tomar las medidas pertinentes (Forbes Staff, 2020), como la ampliación de las opciones de pago a través de medios digitales, los medios de entrega sin contacto y el refuerzo sus empaques, lo que minimizó aún más el contacto directo y dio más confianza al consumidor para hacer sus compras.

De los servicios existentes, las aplicaciones de entrega de comida tuvieron un rol crucial; también los productos del supermercado y farmacia. De hecho, aún vemos como disminuyendo las restricciones y en el intento de volver a la normalidad, todavía muchas personas se mantienen en el encierro y prefieren pedir domicilios<sup>3</sup>.

En conclusión, debemos tener presente que el consumo está sujeto a un contexto determinado por un tiempo y lugar, por lo que la relación entre vendedor y comprador se encuentra en una constante variable.

Actualmente el COVID-19 ha generado incentivos para el uso del sistema de entrega a domicilio con el objetivo de que las personas eviten el contacto entre ellas y tengan recurrir a puntos físicos para realizar compras. Es así como las plataformas digitales facilitaron la adquisición de productos al instante, solo por medio de un “click”, y no solo de los más esenciales, como víveres y elementos de salud, sino que también de restaurantes y otros comercios, lo que mantuvo activa la actividad económica.

---

<sup>3</sup> “En Centroamérica y el Caribe empresas como Uber Eats, Glovo, y Rappi brindan sus servicios a distintos restaurantes, farmacias entre otros rubros” (Forbes Staff, 2020)

## **2.2 Aplicación Rappi para la Adquisición de Bienes y Servicios de Primera Necesidad (Modus Operandi)**

Rappi, empresa multinacional colombiana fundada en el año 2015, surge como prueba piloto para mostrar a los clientes de Grability (software licenciado con supermercados de talla internacional, que busca diseñar páginas web que permiten la compra de productos a distancia) como deberían hacer las cosas para crecer y crear nuevas experiencias más ágiles y sencillas al momento de ofrecer sus productos.

Surge, por tanto, como solución ante la lentitud de las decisiones y logística de los domicilios y, en poco tiempo, se concreta, como lo ha enunciado el inversionista Marcelo Clause Co Creado de innovation fund, un “fenómeno de la digitalización de la vida cotidiana, desde los alimentos hasta los supermercados y los servicios financieros” (Marcelo Clause, 2020, citado en Forbes Staff, 2020)

Su Modus Operandi, en principio, se enfocó en agrupar múltiples ofertas dentro del mismo producto, ofreciendo de manera autónoma servicios de intermediación, con supermercados, restaurantes y un botón de antojo. Posteriormente llega a ser una empresa multivertical que amplía su oferta a diez servicios desde la misma aplicación; conviviendo con supermercados, farmacias, servicios financieros, tiendas de ropa, pedidos de dinero en efectivo, telemedicina y servicios como plomería, videojuegos, boletos de avión, eventos en vivo, música y, en otros países, hasta juegos de azar, ejemplo de ello se manifiesta en los botones: RappiPay, Rappi Apuestas, Rappi Mall, Rappi Cash, Rappi Care, Rappi Games, Rappi Travel, Rappi Live y Rappi Music”. (Forbes Staff, 2020)

En la página principal de su aplicación se destacan tres categorías principales, “Super mercados”, “Farmacias”, “Restaurantes”; esta organización pretende, ante la demanda generada por la coyuntura denominada COVID-19, “garantizar el abastecimiento de alimentos de primera necesidad” (Forbes Staff, 2020)

Adicionalmente habilitó una nueva función denominada «Pago de Servicios» por medio de la cual se permiten cancelar diferentes servicios públicos como teléfono, gas y luz, también de entretenimiento como internet y televisión, y tributarios como impuestos al gobierno. Todo como iniciativa del contacto cero.

Por esta razón, uno de los términos y condiciones señalados por Rappi en sus políticas, va dirigido a que el Rappi tendero, quien legalmente obra como mandatario, debe encaminar todos sus esfuerzos por entregar a los Consumidores productos idénticos a los seleccionados para la compra por parte de los Consumidores.

No obstante, ante lo anterior queda la cuestión de ¿Qué pasa cuándo presentan inconvenientes a la hora de adquirir un bien o servicio? Rappi ha establecido que las reclamaciones por garantía se deben realizar directamente a los mandatarios, quienes tienen la obligación de responder por la gestión del encargo; esto lo hace de manera general sin distinguir ningún tipo de bien o servicio y, aunque Rappi por medio de su organización ha destacado de manera tácita la existencia de unos productos de consumo con características esenciales, a la hora de proveer soluciones ante algún inconveniente no presta ningún trato especial.

A modo de conclusión de este análisis podemos reconocer que Rappi se ha apreciado como una buena opción a las alternativas actuales en la adquisición de bienes y servicios, además, ofrece gran variedad de productos, en especial en aquellos destinados a las necesidades básicas catalogadas como esenciales en época de pandemia. No obstante, es insuficiente a la hora de establecer garantías especiales a productos de primera necesidad, demostrando que para esta plataforma estos bienes y productos se entienden comunes a los demás en cuanto a su protección.

### 2.3 Los Bienes y Servicios de Primera Necesidad, Un acercamiento a su Comprensión.

La Corte en Sentencia C 100- 2014, aunque no trae una definición para los bienes y servicios de primera necesidad, ha señalado que a esta categoría pertenecen aquellos que "guardan una relación estrecha con el derecho al mínimo vital". Adicionalmente, la Corte ha atribuido dos características esenciales para identificarlos. Estas características aluden a aquellos productos que: (i) Consumen "sectores muy amplios de la población" y, (ii) Cumplen la función de satisfacer "aspectos vitales de sus necesidades básicas".

Para entender mejor la relación entre los bienes de primera necesidad y el derecho al mínimo vital, es pertinente señalar que el derecho al mínimo vital es un derecho fundamental construido a partir de la interpretación sistemática de la Constitución, que tuvo su origen en un concepto afín, el *existenzminimum* o "mínimo existencial" acuñado por la jurisprudencia administrativa alemana en la época de la Posguerra (Arango y Lemaitre, 2002), y que pese a denominarse como un derecho innominado y no estar expreso en la constitución, se desprende de los derechos fundamentales a la dignidad humana y la vida.

Debido a la importancia que implica el mínimo vital, este derecho ha tenido un desarrollo a través de la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas en 1948, en sus artículos 23<sup>4</sup> y 25<sup>5</sup>, también en la Corte en Sentencia T-678 de 2017<sup>6</sup> donde se consagra su definición y, en Sentencia SU 140 de 2019, donde se

---

<sup>4</sup> Artículo 23: Numeral 3º: *Toda persona que trabaja tiene derecho a una remuneración equitativa y satisfactoria, que le asegure, así como a su familia, una existencia conforme a la dignidad humana y que será completada, en caso necesario, por cualesquiera otros medios de protección social. (Naciones Unidas, 1948, Declaración de Derechos Humanos, Artículo 23)*

<sup>5</sup> Artículo 25: *Subsistencia digna: (...) Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial [-que no exclusivamente-], la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios (...)(Naciones Unidas, 1948, Declaración de Derechos Humanos, Artículo 25)*

<sup>6</sup> "Los ingresos del trabajador o pensionado que están destinados a la financiación de sus necesidades básicas, como son la alimentación, la vivienda, el acceso a los servicios públicos domiciliarios, (...) cuya titularidad es indispensable para hacer efectivo el derecho a la dignidad humana, valor fundante del ordenamiento jurídico constitucional". (Corte Constitucional, S. T-678 de 2017)

le ha reconocido una gran evolución, que inicia con su consideración como derecho de segunda generación, hasta su reconocimiento como derecho autónomo.

Gracias a la amplia regulación que existe, los Estados tienen el deber de asegurar niveles mínimos de satisfacción de los derechos<sup>7</sup> y, por tanto, deben ser mantenidos incluso en periodos de crisis o ajustes estructurales. Esto se justifica toda vez que, ante cualquier situación, se debe preservar su contenido esencial (Young, 2008)

Es por ello que en Colombia, en vista de que el aislamiento preventivo tendiente a contener la Pandemia incrementó la demanda de productos de primera necesidad, el gobierno con el fin de preservar los niveles mínimos de satisfacción de los derechos, evitar la especulación de precios y prevenir las conductas de acaparamiento, expide el Decreto 507 del 01 de abril de 2020<sup>8</sup> y la Resolución 078 del 7 de abril 2020<sup>9</sup>.

Podemos concluir que, existe una clara comprensión a lo que, en medida de las circunstancias exógenas, puede entenderse por bienes y servicios de primera necesidad, pero más que su comprensión, lo más importante es que en Colombia existe un reconocimiento tácito de la importancia los mismos con relación al mínimo vital; ello se evidencia en la ágil reacción por parte del gobierno ante esta situación de emergencia que conllevó la Pandemia en sus inicios; una reacción que llevó al Estado, por medio de Decretos, a adoptar medidas para favorecer el acceso de los hogares más vulnerables a estos y que, nos hace cuestionar, si dado a sus características, sería pertinente considerar elevar el derecho de acceso a estos a una categoría fundamental cuando se trate de la garantía al mínimo vital.

---

<sup>7</sup> Entre ellos los DESC, los cuales están directamente relacionados con la protección de las necesidades y capacidades que garantizan una calidad de vida (Parra et al, 2008)

<sup>8</sup> "Por el cual se adoptan medidas para favorecer el acceso de los hogares más vulnerables a los productos de la canasta básica, medicamentos y dispositivos médicos, en el marco de la Emergencia Económica, Social y Ecológica decretada mediante el Decreto 417 de 2020". (Presidente de la República, Decreto 507 del 01 de abril de 2020).

<sup>9</sup> Establece un listado de 26 productos de primera necesidad objeto de seguimiento y control por parte del DANE y la Superintendencia de Industria y Comercio. (Presidente de la República, Resolución 078 del 7 de abril 2020).

### **3. Panorama normativo de los derechos del consumidor digital colombiano y su eficacia.**

#### **3.1 Los derechos del consumidor digital colombiano y su materialización.**

El consumidor colombiano, en cuestión de protección, ha tenido que soportar un extenso recorrido histórico normativo que ha llevado a que hoy en día se constituya como un “sujeto activo del mercado que necesita protección del Estado” (Cortés Borrero, 2017, p.45). Todo inicia con la figura del intervencionismo estatal<sup>10</sup>. Aunque para la época no existía una disposición expresa dirigida a su protección, poco a poco empezaron a surgir leyes y decretos que de manera progresiva implementaron una protección del consumidor mucho más concreta. Algunas de las disposiciones creadas son: *Ley 155 de 1959*<sup>11</sup>, *Ley 73 de 1981*<sup>12</sup>, *Decreto 1441 de 1982*<sup>13</sup>, *Decreto Ley 3466 de 1982*<sup>14</sup> y *Decreto 3468 de 1982*<sup>15</sup>.

Posteriormente, con la expedición de la Constitución de 1991, surge una configuración jurídica propia, consagrada en el artículo 78, estableciendo una disposición particular y expresa sobre la responsabilidad de productores y expendedores frente a consumidores y usuarios y sus derechos.

Sin embargo, no es sino hasta la expedición de la Ley 1480 de 2011 que se permite entender de manera más amplia las relaciones de consumo y su protección,

---

<sup>10</sup> Podríamos afirmar que fue en el año 1904, bajo el gobierno de Rafael Reyes, cuando se inició la etapa intervencionista del Estado Colombiano, en este período se permite una revisión más profunda de las relaciones de consumo. (Yepes Restrepo, 1984)

<sup>11</sup> Ley inspirada en el artículo 32 de la Constitución de 1886, habilita la intervención estatal en la producción, utilización y consumo de bienes y servicios, con miras a defender el interés de los consumidores y de los productores de materias primas. (Cortés Borrero, 2017)

<sup>12</sup> Ley que establece las primeras sanciones y procedimientos dirigidos a los productores, quienes debían responder por la idoneidad y calidad de los bienes y servicios que se ofrecían en los mercados. (Cortés Borrero, 2017)

<sup>13</sup> El cual controlaba y vigilaba de las ligas y asociaciones de consumidores. (Cortés Borrero, 2017)

<sup>14</sup> Por el cual se crea el Estatuto de Protección al Consumidor y se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones. (Cortés Borrero, 2017)

<sup>15</sup> Por medio del cual se crea y organiza el Consejo Nacional de Protección al Consumidor, como organismo asesor del Gobierno Nacional, en todas las materias relacionadas con la acción administrativa de protección y defensa de los consumidores. (Cortés Borrero, 2017)

reconociendo que la protección que se realiza al consumidor, “no es solamente en sus intereses estrictamente económicos, sino que este mismo también merece un trato digno, que implique que las conductas de que sea objeto respeten su condición de persona y no vulneren sus expectativas razonables” (Cortés Borrero, 2017, p.39)

La regulación del consumidor en transacciones físicas parecía ser suficiente, pero, con el inicio de la época digital surgen nuevos conflictos; ante esta situación la Ley 1480 de 2011 se complementa con otras leyes y decretos, como la ley 527 de 1999 sobre el consumo electrónico y digital, la cual establece procedimientos de compra para el usuario, y plantea la posibilidad de equiparación de la regulación de los medios de compra físicos al ejercicio de adquisición de bienes y servicios por medios digitales; pero, no obstante a la existencia de estas disposiciones normativas, resultan ser insuficientes en comparación de otros países:

- a) La dificultad en la aplicación del derecho al retracto<sup>16</sup>; pues este trae consigo costos altos y adicionales que los proveedores no están dispuestos a pagar, además, en términos de productos en promoción, los consumidores para adquirir estos deben renunciar a su derecho de retracto. (Barrera, 2014, citado en Villate, Saldaña y Logreira, 2019)
- b) No existe una norma u órgano específico que regule el uso de las aplicaciones móviles para compra y venta de bienes y servicios.

De lo antes dicho se desprende que, el hecho de que el Estado colombiano equipare la regulación de las transacciones físicas a las virtuales se deja de considerar circunstancias especiales a la naturaleza de estas últimas, como, por ejemplo, que estas son más susceptibles de publicidad engañosa. Esto demuestra que la sociedad colombiana tiene una desventaja en cuanto a la protección del consumidor

---

<sup>16</sup> Como medida de protección más utilizadas por los consumidores digitales a nivel mundial, para Adriana Castro, “la reversión de pagos para solucionar las controversias, dada por unas condiciones como la no entrega del bien o una operación no solicitada (fraude), permite que no haya discusión sobre la operación como tal y que sea prontamente resuelta o acompañada de un mecanismo de solución de controversias le da confianza a todo el sector” (Superintendencia de Industria y Comercio, 2017)

digital, ya que su gobierno es tímido a la hora de incorporar propuestas normativas de otros países más avanzados en la materia o de reforzar las existentes.



### 3.2 Tratamiento del derecho del consumo en países modelo.

Gracias al incremento y evolución del mercado a nivel global, se ha creado la necesidad de regular las relaciones de consumo que surgen entre el productor o proveedor, y el consumidor. Varios son los Estados, unos variando en su exigencia y protección, los cuales han intervenido en esta regulación con miras a garantizar los derechos de los consumidores. Teniendo en cuenta esta diversidad de regulaciones, a modo de ejemplo podemos observar en la siguiente tabla, cómo algunos países han materializado esta protección.

Cuadro 1. Algunas disposiciones normativas sobre el Derecho del Consumo (elaboración propia)

País.	Algunas disposiciones normativas sobre el Derecho del Consumo.
<b>Alemania.</b>	<p>Fue uno de los primeros países en regular la protección de los consumidores a través de la ley fundamental para la República Federal de 1949, por medio de la cual se otorga la facultad de dictar leyes en el comercio de productos alimenticios y otros artículos de consumo como objetos de necesidad. (Cortés Borrero, 2017)</p> <p>Su regulación no se encuentra en un solo cuerpo legal, cuenta con normas contenidas en el Código Civil Alemán y en leyes y reglamentos de Derecho Público que regulan, entre muchos otros, temas de negocios a distancia y negocios celebrados exclusivamente a través de medios electrónicos. Además, se destacan por poseer una de las leyes más importantes sobre los productos alimenticios la “<i>Lebensmittel-und Futtermittelgesetzbuch</i>” y sobre la competencia desleal, la “<i>Gesetz gegen den Unlauteren Wettbewerb</i>”. (Hellwege, 2011 ) Analizando las disposiciones normativas contenidas en el Código Civil Alemán<sup>17</sup> sobre el contrato celebrado exclusivamente a través de medios de comunicación electrónicos, se destaca:</p> <p>a) La obligación del vendedor a corregir errores que detecte en el pedido.</p>

<sup>17</sup> *Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) § 312 Anwendungsbereich - § 312a Allgemeine Pflichten und Grundsätze bei Verbraucherverträgen; Grenzen der Vereinbarung von Entgelten - § 312i Allgemeine Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr- § 312j Besondere Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr gegenüber Verbrauchern- §246 EGBGB.*

	<ul style="list-style-type: none"> <li>b) El deber de proporcionar medios técnicos adecuados, eficaces y accesibles con la ayuda de los cuales el cliente pueda reconocer y corregir los errores de entrada antes de enviar su pedido.</li> <li>c) La responsabilidad de brindar información clara y comprensible con suficiente tiempo antes de prestar su orden.</li> <li>d) La obligación del proveedor de indicar claramente, a más tardar al comienzo del proceso de pedido, si existen restricciones de entrega y qué medios de pago son aceptados.</li> <li>e) El derecho del consumidor a desistir libremente, sin alegación de causa alguna y sin penalización durante un periodo de 14 días hábiles.</li> </ul>
<b>Argentina.</b>	<p>Además de incorporar de manera expresa en la Constitución Nacional en su artículo 42, los derechos y la obligación de protección del consumidor, también cuenta con leyes como la 26.993, sobre “el sistema de resolución de conflictos en las relaciones de consumo”, también, la 26.991, sobre “la nueva regulación de relaciones de producción y consumo”, y la 24.240, sobre “la defensa del consumidor”, entre otras.</p> <p>Aunque no cuenta con leyes específicas sobre las transacciones por Internet, existen dos aproximaciones a esta. Por un lado, está el Decreto 1798/94 que incluye a estas operaciones dentro de la venta a domicilio, y también está el Proyecto de Ley (S-0443/15), que tiene como base la ley Modelo de la CNUNMI sobre Comercio Electrónico, y que propone disposiciones interesantes como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) El deber que tiene el proveedor de suministrar durante todas las etapas, la concentración, información clara, precisa, completa y de fácil acceso sobre el producto o servicio y sus características esenciales.</li> <li>b) La obligación de establecer de forma previa a la celebración de la contratación: (i) La disponibilidad del producto, (ii) el modo, plazo, condiciones y la responsabilidad por la entrega del producto o prestación del servicio, (iii) el procedimiento de revocación, devolución, intercambio o información sobre la política de reembolso, (iv) advertencias sobre garantías, (v) procedimiento para la modificación del contrato, si fuere posible.</li> <li>c) Un mecanismo de confirmación expresa de la decisión de efectuar la contratación, a efectos de que el silencio del consumidor no sea considerado como consentimiento.</li> </ul>
<b>Brasil.</b>	<p>Compila toda la legislación concerniente a la protección del consumidor en un Código denominado “<i>Código de Proteção e Defesa do Consumidor</i>”. En este establece anotaciones relevantes, entre ellas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Establecer una política de relaciones del consumidor, la cual tiene por objeto satisfacer las necesidades de los consumidores, respetar su dignidad, salud y seguridad, proteger sus intereses económicos, mejorar su calidad de vida, así como la transparencia y armonía de las relaciones con los consumidores.</li> </ul>

	<p>b) El acceso a los órganos judiciales y administrativos con miras a prevenir o reparar los daños patrimoniales y morales, individuales, colectivos o difusos, asegurando la protección jurídica, administrativa y técnica a los necesitados.</p> <p>c) Facilitar la defensa de sus derechos, incluida la inversión de la carga de la prueba, a su favor.</p> <p>d) Atribuir la responsabilidad por el hecho del producto o servicio al fabricante, el productor, el constructor, nacional o extranjero, y el importador.</p> <p>Gracias a que Brasil es líder en el mercado del comercio electrónico, por su apertura a la bancarización y a nuevos modelos y canales de compra y venta (Forbes, 2019), a través del Decreto 10.271 / 2020, del 6 de marzo de 2020 (basado en la Resolución 37/2019 del Mercosur), adoptó normas para la protección del consumidor en el contexto del comercio digital, en donde se refuerzan los mecanismos de protección ya previstos, en tanto el proveedor debe brindar un servicio eficiente para dar respuesta a las consultas y quejas de los clientes.</p>
<p><b>Estados Unidos</b></p>	<p>Cobra relevancia desde el 15 de marzo de 1962 con el discurso del entonces presidente John Fitzgerald Kennedy, quien reconoció al consumidor como elemento fundamental del proceso productivo, y por tanto debía ser resguardado en el mercado (Cortés Borrero, 2017). El marco legal se resume en la Ley de derechos de consumidor de 2015, que plantea la facultad de los consumidores a reclamar una devolución, pago o reemplazo de bienes si el artículo adquirido no cumple con calidad satisfactoria (sin daños, limpios y buenas condiciones de funcionamiento), la descripción ofrecida, ser adecuado para el propósito que esté destinado, por ello brinda prerrogativas como (Kilpailu- ja, 2019):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Si recibe un artículo defectuoso o dañado, que no responde en términos de calidad tendrá derecho a solicitar el reembolso completo dentro de los 30 días siguientes a la entrega.</li> <li>b) Si recibe un producto que no está dañado, pero se quiere devolver, se debe hacer dentro de los 14 días posteriores a la fecha en que lo recibió. Sin embargo, el producto debe estar en "condiciones de venta".</li> </ul>
<p><b>Francia.</b></p>	<p>Las primeras bases del derecho del consumo en Francia se encuentran en el Código Civil Francés en los artículos 1641 y 1648, donde se plantearon normas de protección al consumidor en disposiciones sobre obligaciones y contratos. En este sentido, y según la normativa de la Unión Europea (Directiva 2011/ 83) el comprador está protegido, en relación con productos defectuosos, no funcionales o no correspondientes con lo anunciado, así mismo, el vendedor está en la obligación de repararlo, cambiarlo, hacer un descuento o reembolsar totalmente.</p>

	Se da el mismo tratamiento a la compra hecha en un punto físico y en un canal digital, el comprador tiene derecho a anular y devolver el pedido en el plazo de 14 días, aun sin tener un motivo o justificación (Artículo 14, capítulo 2 de la Directiva 2011/83 <sup>18</sup> )
<b>Italia.</b>	<p>Las normas dirigidas al consumidor se unificaron en el Codice del Consumo (Decreto Legislativo n.º 206 del 6 de septiembre de 2005), por medio del cual se recogen en un único texto todas las normas dispersas relativas a los consumidores. El código se divide en (6) partes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Derechos fundamentales y las definiciones,</li> <li>b) Reglas sobre educación, información, prácticas comerciales y publicidad.</li> <li>c) Contratos con consumidores;</li> <li>d) Regulación de la seguridad y calidad de los productos;</li> <li>e) Asociaciones de consumidores, acceso a la justicia y acción de clase;</li> <li>f) Disposiciones finales.</li> </ul> <p>La Legislación Italiana en la materia de comercio electrónico está conformada por el Reglamento de actos, documentos y contratos en forma electrónica aprobado el 5 de agosto de 1997. En ella se instituye la utilización del documento electrónico para la contratación legalmente válida, y la firma electrónica. (Gorena Belling, 2021)</p>
<b>México.</b>	<p>El comité de política del consumidor de la OCDE en 1998 desarrolló unos lineamientos generales para proteger a los consumidores en el comercio electrónico (Gobierno de México, 2017), entre ellas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) No realizar ninguna práctica que resulte falsa, engañosa, fraudulenta o desleal.</li> <li>b) Información sobre los bienes o servicios que ofrecen, deben presentarla de manera clara, visible, precisa y fácilmente accesible.</li> <li>c) Cumplir con cualquier declaración que hagan respecto a sus políticas y prácticas relacionadas con sus transacciones con consumidores.</li> <li>d) No utilizar términos contractuales desleales.</li> </ul>

<sup>18</sup> «*garantía comercial*»: todo compromiso asumido por un comerciante o un productor (el «garante») frente al consumidor, además de sus obligaciones legales con respecto a la garantía de conformidad, de reembolsar el precio pagado, sustituir o reparar el bien de consumo o prestar un servicio relacionado con él si no cumple las especificaciones o cualquier otro elemento no relacionado con la conformidad enunciados en el documento de garantía o en la publicidad correspondiente disponible en el momento o antes de la celebración del contrato. (Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, 2011)

	<p>e) La publicidad y la mercadotecnia deben identificar a la empresa en cuyo nombre se realizan, cuando no se cumpla este requisito se consideran engañosas.</p> <p>En México, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), a través de la Dirección General de Estudios sobre Consumo, realiza desde 2004 el “Monitoreo de Tiendas Virtuales”. Además, el uso de las aplicaciones móviles es operada por la Secretaría de Cultura, institución perteneciente al Gobierno Federal de México (Secretaria de cultura, 2021).</p>
--	--

El marco legal de los consumidores varía de un país a otro. Cada regulación es resultado de procesos históricos y culturales y de diferentes necesidades manifestadas por los usuarios para la protección de sus intereses en el contexto de la adquisición de bienes y servicios. El anterior cuadro, pone en evidencia lo importante que resulta para algunos países reconocer, establecer y garantizar efectivamente los derechos del consumidor, así mismo, la imposición de obligaciones para el proveedor y mecanismos para ejercer su cumplimiento a medida que evolucionan las prácticas en el mercado, logrando, nuevas y diversas soluciones ante las inconformidades que pueden derivarse por cuestiones de fraude, publicidad engañosa, falta de calidad en los productos y algunos vacíos legales.

Este ejercicio de comparación es sin duda una herramienta positiva a cualquier estado, como el colombiano, para mejorar su propio sistema jurídico y particularmente, en el caso que nos ocupa, establecer procesos de unificación y transformación de sistema de garantías para consumidores digitales, pues no obstante, contar con normas vigentes en materia de comercio electrónico, la lectura de otros esquemas de protección, revela que Colombia se resiste a dejarse permeabilizar por avances normativos de otras latitudes, caracterizando así su sistema como estático y cerrado en cuanto a prácticas del mundo digital se refiere.

#### **4. Derecho de consumo y sus horizontes de entendiendo:**

##### **4.1 Posturas que se Oponen a la Constitucionalización del Derecho del Consumo.**

El fenómeno de la constitucionalización del Derecho del Consumo desde una perspectiva del iusnaturalismo moderno podría generar controversias para quienes no comparten el contenido que propone el “neoconstitucionalismo”, el cual propende por una conexión entre derecho y la moral como una antítesis de la separación adoptada por el positivismo, y que además, “deja en manos de los jueces la última palabra sobre la constitucionalidad de la ley, pero también la exclusiva potestad interpretativa y la responsabilidad sobre la constitución misma, frente al resto de los órganos del Estado y frente a la ciudadanía”. (Alterio, 2015, p.22)

Considerando la relación vigente entre el neoconstitucionalismo y el iusnaturalismo moderno que inspira, en cierta parte, el Derecho del consumo, dado que el derecho natural encuentra en la legislación del sistema de protección del consumidor, de forma creciente, regulaciones inspiradas en el iusnaturalismo (Durand Carrión, 2019), es lógico que autores escépticos al neoconstitucionalismo, consideren que la aplicación de este en la constitucionalización de los derechos no sea la mejor forma de protección. Es el caso de los siguientes autores:

Juan García Amado, quien afirma que, el permitir que, “el *iusmoralismo* actual conciba los principios como expresión directa de valores morales objetivos, (...) hace que el constitucionalismo sea poco democrático, elitista, algo autoritario y bastante conservador en sus propósitos”. (García Amado, 2005, p.10)

Waldron, quien sostiene que, “la toma de decisiones morales en el derecho es probablemente tan arbitraria (...) que el derecho debe ser tal que las decisiones jurídicas puedan ser tomadas sin la intervención de juicios morales (Waldron, 2005, citado en Alterio, 2015)

Ferrajoli, quien considera que, “las constituciones se han modificado a partir de la segunda mitad del siglo XX; pero no por ello debe cambiarse el método para abordarlo. Así visto, aún sería útil el positivismo jurídico al momento de entender las constituciones actuales y también el Estado constitucional que forjan<sup>19</sup>”. (Alterio, 2015).

Javier Tamayo, quien opina que, la aplicación del neoconstitucionalismo daría como resultado que, “la jurisprudencia pudiera convertir el sistema político en una barca al vaivén del decisionismo de la Corporación y que con dicha concepción del derecho y de su aplicación se podía justificar bajo el ropaje del Estado de Derecho cualquier régimen corrupto o totalitario de izquierda o de derecha, que en todo caso minara el sistema democrático”. (Tamayo Jaramillo, 2006, p.2)

No obstante, a lo anterior, hay que tener en cuenta que el Derecho del Consumo en Colombia no se predica *iusnaturalístico* en su totalidad, tampoco excluye ideales democráticos o de debido proceso, toda vez que actualmente existen garantías a través de Decretos, Leyes, y artículos constitucionales que, independiente de su eficacia, evidencia postulados positivistas que diferencian el derecho de la moral.

En conclusión, es poco coherente considerar que los riesgos generales que se prevén en la aplicación del nuevo derecho se concretarán en la constitucionalización del Derecho del Consumo, en razón de que la realidad nos ha demostrado que no es así, por ejemplo, en sentencia T-543 de 2017 se expone que la protección constitucional del Derecho del Consumo no solo se fundamenta preceptos morales de inspiración iusnaturalista, como el trato equitativo en las relaciones de consumo, sino también en requisitos formales de carácter positivista.

Posturas que Abogan por la Constitucionalización del Derecho del Consumo.

---

<sup>19</sup> Esta cita no es textual al autor, parte de una interpretación de Ana Micaela Alterio a Ferrajoli, en su texto “Una crítica democrática al neoconstitucionalismo y a sus implicancias políticas e institucionales” (Alterio, 2015)

La idea de darle una importancia meritoria al Derecho de consumo que pueda elevar su protección y consagración a una categoría fundamental cobra cada vez más fuerza desde distintos sectores de la doctrina.

Actualmente se ha reconocido que las leyes de defensa de la competencia no están para proteger al mercado, sino al destinatario último de la actividad económica, dando así respuesta a la necesidad de proteger su natural vulnerabilidad (Herrera Tapias, 2013). De esta forma se entiende que la "sociedad de consumo", no solo es una etapa propia del proceso económico, sino que implica, además, "una cultura, un modo de vida, una organización de tiempo humano privado, para el consumo, de lo que otras sociedades y otros intereses producen" (Madle, 1987, citado en Herrera Tapias, 2013)

Gracias a este reconocimiento, el consumidor es señalado en cuanto ser humano con intereses personales, cuya actividad mercantil es "la búsqueda de la satisfacción plena de sus necesidades, condición que, eventualmente, termina por fundamentar su propia dignidad" (Durand Carrión, 2019, p. 25) y de la cual se deriva un Derecho Social, que como Ferrajoli lo ha dispuesto, "impone deberes de hacer, de actuar y de presionar socialmente al Estado", Estado que deberá garantizar los derechos que se concretan en la actividad de consumo y que han sido reconocidos como fundamentales en nuestra Carta Constitucional, ejemplo, el debido proceso, el reconocimiento al mínimo vital, el derecho a la información, entre otros.

Visto así, el Derecho del Consumo como Derecho Social y Derecho Humano es defendido por algunos autores, como puede apreciarse a continuación:

Riccardo Guastini, indica que "En el marco de un Estado de derecho, el ordenamiento jurídico debe responder a las necesidades sociales que se presenten, por lo que debe estar en constante transformación y adaptación y, por lo que es fundamental contar con un ordenamiento jurídico completo, que esté totalmente impregnado de normas constitucionales, y que cumpla con la condición de garantizar la influencia de la constitución sobre las relaciones políticas y sociales,



entre ellas la relación de consumo determinada por el sistema económico”. (Guastini, 2001, p. 154)

Robert Alexy sustenta que “los derechos fundamentales tienen su fundamento en los derechos humanos”, y en este sentido “la incorporación de un catálogo de derechos humanos en el nivel más alto posible del sistema jurídico es una exigencia de la teoría del discurso<sup>20</sup> respecto de la constitución”. (Alterio, 2015, p.278-279)

Gherzi, establece que “el derecho de consumo es parcialmente un derecho humano fundamental, de tal forma que cada Estado debe respetar y hacer respetar a los sectores económicos este esencial principio de acceso a un consumo digno. La filosofía de este nuevo derecho abarca entonces tres dimensiones humanistas: de promoción, del bienestar general y la calidad de vida, y de contención frente al poder y al sistema económico”. (Herrera Tapias, 2013, p.2)

Concluyendo, se ha evidenciado gracias a estos autores que, toda vez que el Derecho del Consumo se concreta en una actividad humana completamente necesaria para el proceso económico, para mantener el modo de vida y para lograr el bienestar, se adhieren a este, para su efectiva realización, un conjunto derechos fundamentales como el debido proceso, la dignidad humana, el mínimo vital, entre otros, que permiten su garantía como Derecho Humano y Derecho Social, lo que incentiva el hecho de que a su vez sea tratado como Derecho Fundamental y por tanto se promueva su constitucionalización.

Necesidad de Constitucionalizar el Derecho de Consumo Digital en Colombia.

---

<sup>20</sup> Esta teoría comprende tres dimensiones: 1) la dimensión filosófica de los derechos, que concierne a su fundamentación; 2) la dimensión política, que atañe a la institucionalización de los derechos fundamentales y 3) la dimensión jurídica, que se refiere a la interpretación de los mismos. De esta relación surge también la justificación del control judicial de constitucionalidad, que se yergue como institución necesaria -y no meramente excepcional- para las dimensiones política y jurídica (Alterio, 2015)

Actualmente la regulación en el ordenamiento jurídico colombiano respecto del Derecho de Consumo Digital no trasciende de: (i) Una naturaleza privada contenida en algunos Decretos y Leyes, como la 1480 de 2011 y la 527 de 1999; (ii) Algunos lineamientos internacionales contenidos en las directivas de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), y de los proyectos del Mercado Común del Sur (Mercosur); y, (iii) Algunos artículos constitucionales que hacen alusión al tema de manera indirecta, como el 13, 58, 61, 78, 333 y 334. Esta regulación desde una perspectiva crítica resulta excluyente de las verdaderas necesidades de los consumidores, y pone en tela de juicio su eficacia, en razón de que su interpretación no se aborda en integridad y tampoco responde a una actualización constante, y en consecuencia crean la necesidad de que:

El proceso económico enfocado a la adquisición de bienes y servicios de primera necesidad, sea una preocupación del Estado en términos de regulación, más allá del Estatuto del Consumidor y La Ley de Consumo Electrónico, debido a que, la manera más eficaz de brindar la protección a los consumidores es “la existencia de una norma especial con referencia directa a ellos que establezca derechos, principios y normas de contenido económico y social con la correlativa obligación del Estado de velar de manera especial por este colectivo” (López Camargo, 2003, p.4) y no un par de normas dispersas que no son totalmente armónicas ni responden a las mismas necesidades.

El Estado fortalezca políticas intervencionistas del mercado, pues al día de hoy, la protección integral del consumidor es una urgencia reconocida para todos los países que actúa como idea motriz de una serie de acciones de política legislativa, por lo que se han consagrado en constituciones, preceptos, valores y principios que dan sustento a la protección de los consumidores, convirtiendo en una realidad jurídica lo que ya era una realidad socioeconómica. (López Camargo, 2003)

La satisfacción de estas necesidades respondería a lo contenido en la Constitución Política Colombiana en su artículo 334, cuando se considera que la intervención del

Estado en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía con el fin de conseguir el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, debe ser considerado un fin, “pues este en relación con la sociedad, se vincula como un elemento material esencial de cumplimiento de sus ideales y objetivos, apoyados en la democracia y la dignidad humana”. (López Guzmán, 2007, citado en Herrera Tapias, 2013)

En conclusión, si bien los derechos del consumidor cuentan con otros mecanismos para su defensa, su eficacia debe ser objeto de discusión (Sánchez Moreno, 2018). Es así como, pese a reconocer que existen diversos mecanismos de protección para regular el derecho de consumo, como el derecho civil, comercial y ciertas acciones administrativas, lo cierto es que esto no resulta suficiente, en la medida, que el derecho consumo es un derecho de carácter social, que debe ser entendido desde una perspectiva multidisciplinaria y por tanto requiere una protección integral inspirada en principios y fundamentada en los demás derechos que garanticen su protección, pues como Derecho Social y Humano es difícil separarlo de un carácter fundamental.

Además, se reconoce que Colombia como Estado Social de Derecho tiene el deber de regular extensiva y eficazmente el Derecho de los consumidores, y por tanto no puede obviar las garantías sociales que está llamado a cumplir y proteger. Es por ello que, aunque no puede pasarse por desapercibida la regulación actual, es evidente que con los fenómenos socioeconómicos que se presentan cada vez más con mayor impacto por la actividad de consumo, se ha creado la necesidad de crear una regulación más concreta y completa que permita una mayor claridad y protección al consumidor cuando asuma su posición de sujeto del mercado en la satisfacción de sus necesidades, pues la actual regulación se presenta como dispersa y antigua a los intereses actuales.

## **5. Conclusiones.**

A lo largo de la investigación se adquirieron conocimientos importantes sobre la actual regulación del Derecho del Consumo en Colombia en el ámbito digital cuando se hace uso de la aplicación Rappi; para llegar a dicho conocimiento fue necesario de manera ex ante conocer sobre: (i) El comportamiento del consumidor en tiempos de COVID; (ii) El funcionamiento de la aplicación Rappi; (iii) El concepto de bienes y servicios de primera necesidad; (iv) El panorama normativo y eficacia actual del Derecho del Consumo; y (v) Algunos planteamientos teóricos que permitieron dar respuesta a nuestro problema objeto de investigación.

Los análisis desarrollados permitieron concluir que, gracias a las nuevas prácticas de consumo asumidas durante el COVID-19, se han aumentado las entregas a domicilio para la adquisición de productos de primera necesidad; siendo Rappi la plataforma digital preferida por los consumidores para esta gestión.

Igualmente, se demostró que el tema de bienes y servicios de primera necesidad suele ser difuso, pues no existe una definición precisa; aun así, la doctrina y la Corte Constitucional han reconocido una conexión estrecha entre estos y el derecho fundamental al mínimo vital, y con ello se ha confirmado la obligación del Estado de asegurar su satisfacción y con mayor rigor en periodos de crisis, pues permite así fundamentar la propia dignidad del consumidor, abogando no solo por un derecho económico sino también en consideración a un derecho social y humano que implica la garantía de otros derechos fundamentales como la vida y la salud; en consecuencia, surgen decretos, leyes y artículos constitucionales que hacen mención a la garantía de este derecho.

También se identificó que con la época digital surgen un mayor número de conflictos para los cuales la normatividad colombiana está anquilosada y no brinda soluciones claras y firmes, pues actualmente equipara la regulación de las transacciones físicas a las virtuales, lo que ha generado vacíos legales. Lo anterior, se desprende

del paralelo con otras legislaciones confirmando que en Colombia se hace necesario aún más la urgencia de cambios legislativos.

Ahora, en consideración al debate propuesto sobre la necesidad de la constitucionalización o no del Derecho del Consumo, se concluye que son poco relevantes los argumentos de las posturas contrarias a la tesis propuesta, pues ya existen antecedentes normativos y jurisprudenciales que demuestran que el Derecho del Consumo como Derecho Humano y Social implica la satisfacción derechos fundamentales que deben ser protegidos por el Estado de la misma forma que un derecho constitucionalmente reconocido.

Además esto también permitió obtener como resultado la confirmación de la hipótesis, la cual buscaba comprobar que el uso de la aplicación Rappi para la adquisición de bienes y servicios de primera necesidad se ha convertido en una actividad digna de protección por parte del Gobierno Colombiano, en razón de que su ejercicio está en conexión con la satisfacción del derecho fundamental al mínimo vital reconocido por el Estado colombiano, pero que pese a esto, su vulneración es una realidad que las herramientas legales existentes no alcanzan a frenar, toda vez que, como ya fue evidenciado, hace falta la existencia de una norma especial de carácter constitucional con referencia directa estableciendo derechos, principios y normas que desarrollen el Derecho de Consumo como Derecho Humano y Social fundamental.

Por último, como clausura al tema debatido, es necesario resaltar que, el derecho de consumo en Colombia es un tema que está a medio camino, pues pese a existir conciencia de su importancia, el gobierno no ha voluntad política para legislar de fondo, ajustándose a las necesidades actuales derivadas de la era digital y la pandemia, las cuales demostraron que se trata de un derecho fundamental que reclama la sociedad colombiana. Queda entonces pendiente por resolver, la otra cuestión relacionada con las posibles razones que le impiden al gobierno colombiano reconocer el Derecho del Consumo como un Derecho Fundamental.

## **6. Referencias.**

### **Tesis doctorales**

Alterio, A. M. (2015). Una crítica democrática al neoconstitucionalismo y a sus implicancias políticas e institucionales. Tesis doctoral. Universidad Carlos III, Getafe, Madrid, España.

### **Tesis de maestría.**

Cortés Borrero, R. (2017). Estado actual de la protección al consumidor electrónico en Colombia. Tesis de Maestría. Universidad Santo Tomás, Bogotá, Colombia.

Gorena Belling, L. F. (2001). La legislación del comercio electrónico de los servicios profesionales en la Comunidad Andina de Naciones. Tesis de Maestría. Universidad Andina Simón Bolívar, Sucre, Bolivia.

### **Monografía de grado.**

Vilate, Saldaña y Logreira (2014). Algunas barreras al comercio electrónico en Colombia. Monografía de grado. Universidad Libre, Bogotá, Colombia.

Sanchez Moreno (2018). La protección de los derechos de los consumidores en Colombia: El caso de la acción de tutela. Monografía de grado. Universidad Católica de Colombia, Bogotá, Colombia.

### **Libros.**

Guastini, R. (2001). *Estudios de Teoría Constitucional*. México: Distribuidores Fontamara S.A. .

López Guzmán, F. (2007 ). *Derecho comercial y societario*. Bogotá: Ediciones del profesional limitada.

Madle, J. (1987). *La Cultura y los Medios de Comunicación*. La Plata: Editorial Asociación Argentina de Filosofía del Derecho.

## **Capítulos de libro.**

Waldron, J. (2005). Derechos y Desacuerdos (Traducción de José Luis Martí y Águeda Quiroga) Introducción Derechos y Desacuerdos. (págs. 2-5). Madrid: Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, S. A.

## **Artículos en Internet.**

Arango, R., & J, L. (2002). Jurisprudencia Constitucional sobre el Derecho al Mínimo Vital. CIJUS.

Centro de Bibliotecas, Universidad de los Andes:

[https://www.researchgate.net/publication/316440604\\_Jurisprudencia\\_constitucional\\_sobre\\_el\\_derecho\\_al\\_minimo\\_vital](https://www.researchgate.net/publication/316440604_Jurisprudencia_constitucional_sobre_el_derecho_al_minimo_vital)

Amaya, J. S. (2020). Estas son las aplicaciones de domicilios más usadas en medio de las cuarentenas. La República:

<https://www.larepublica.co/internet-economy/estas-son-las-aplicaciones-de-domicilios-mas-usadas-en-medio-de-las-cuarentenas-3035947>

Arrubla Paucar, J. (1987). La autonomía de la voluntad y derecho comercial. Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas UPB:

<https://revistas.upb.edu.co/index.php/derecho/article/view/4883>

Battista Ratti, G. (2015). Neoconstitucionalismo Negativo y Neoconstitucionalismo Positivo. Revista de Derecho Ius humani:

file:///C:/Users/Usuario/Downloads/DialnetNeoconstitucionalismoNegativoYNeoconstitucionalism-5191048.pdf

Durand Carrión, J. B. (2019). Aproximación a una teoría de los derechos humanos del consumidor en el mercado global y su tratamiento en el derecho constitucional peruano. Prolegómenos:

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-182X2019000200117&script=sci\\_abstract&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-182X2019000200117&script=sci_abstract&tlng=es)

Duque Quintero, S. P., Duque Quintero, M., & Sánchez González, P. (2019). Sobre el Derecho Fundamental al Mínimo Vital o a la Subsistencia: Análisis Jurisprudencia. Redalyc Journal.:

<https://www.redalyc.org/journal/4766/476661525007/html/>

Grundey, D. (2009). Consumer behavior and ecological agri-business: Some evidence from Europe. Sage Journals, 157-170:

[https://www.economics-sociology.eu/?50,en\\_consumer-behaviour-and-ecological-agri-business--some-evidence-from-europe](https://www.economics-sociology.eu/?50,en_consumer-behaviour-and-ecological-agri-business--some-evidence-from-europe)

Herrera Tapias, B. (2013). La constitucionalización de los derechos del consumidor en Colombia: un análisis desde los derechos sociales fundamentales. SciELO: <http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v13n25/v13n25a04.pdf>

Hellwege, S. (2011 ). Normas de Protección al Consumidor. Cámara de Comercio. Alemana para España: YUMPU  
<https://www.yumpu.com/es/document/read/30571152/normas-de-proteccion-al-consumidor>

López Camargo, J. (2003). Derechos del consumidor: Consagración constitucional en Latinoamérica. Revista e-mercatoria:  
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/emerca/article/view/2132>

Rigoberto Casco, A. (2020). Efectos de la pandemia de COVID-19 en el comportamiento del consumidor. Innovare Revista de Ciencia y Tecnología, 1-8: <https://www.camjol.info/index.php/INNOVARE/article/view/10208>

Sheth, J. (2020). Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? Journal of Business Research, 280-283:  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7269931/>

Superintendencia de Industria y Comercio. (2017). Protección al consumidor en Colombia. Una aproximación desde las competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio. SIC:  
[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Nuestra\\_Entidad/Publicaciones/Proteccion\\_al\\_Consumidor\\_en\\_Colombia\\_julio27\\_2017\(1\).pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Nuestra_Entidad/Publicaciones/Proteccion_al_Consumidor_en_Colombia_julio27_2017(1).pdf)

Survey, G. C. (2020). Un nuevo paradigma del consumidor. PWC:  
<https://www.pwc.es/es/retail-consumo/consumer-insights-survey.html>

Tamayo Jaramillo, J. (2006). El Nuevo Derecho, el escepticismo ante las normas y el uso alternativo del derecho. Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Pontificia Bolivariana:  
<https://revistas.upb.edu.co/index.php/derecho/article/view/4087>

Yepes Restrepo, J. C. (1984). El intervencionismo en Colombia. Dialnet:  
<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ElIntervencionismoEnColombia-5371216.pdf>



Young, K. (2008). The Minimum Core of Economic and Social Rights. A Concept in Search of Content. . Yale Journal of International Law, 126-132: <https://lawdigitalcommons.bc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1920&context=lsfp>

### **Páginas web.**

Forbes Staff .Qué hizo Brasil para ser el grande del e-commerce de América Latina. (2019). Recuperado el 3 de julio de 2019, <https://www.forbes.com.mx/que-hizo-brasil-para-ser-el-grade-del-comercio-electronico-de-america-latina/>

Forbes Staff.. Así están funcionando las apps de domicilios de supermercados y restaurantes. (2020). Recuperado el 19 de marzo de 2020, <https://forbes.co/2020/03/19/actualidad/asi-estan-funcionando-las-apps-de-domicilios-de-supermercados-y-restaurantes/>

Forbes Staff. Rappi vive un buen 2020: sus planes de crecimiento se aceleraron con la pandemia. (2020). Recuperado el 15 de septiembre de 2020, <https://forbes.co/2020/09/15/negocios/rappi-vive-un-buen-2020-sus-planes-de-crecimiento-se-aceleraron-con-la-pandemia/>

Gobierno de México. Procuraduría Federal del Consumidor. Derechos del consumidor en la era digital. (2017). Recuperado de <https://www.gob.mx/profeco/articulos/derechos-del-consumidor-en-la-era-digital-99606?idiom=es>

Secretaria de cultura. Sección legal de las aplicaciones móviles de México es cultura. México es cultura, la cartelera nacional. (2021). Recuperado de <https://www.mexicoescultura.com/Apps/terminos.html>

### **Entrevistas y videos.**

Kilpailu- ja, . The basics of consumer protection, 29 de octubre de 2019. Disponible: [https://www.youtube.com/watch?v=R-eCBuWzL\\_8](https://www.youtube.com/watch?v=R-eCBuWzL_8).

García Amado, J. A. (2005). Neoconstitucionalismo y otros demonios, entrevista a Juan Antonio García Amado. (F. M. Mora Sifuentes, Interviewer). Disponible: <http://www.cienciajuridica.ugto.mx/index.php/CJ/article/view/200>

## **Sentencias.**

Corte Constitucional. (2017). Bogotá. Sentencia T-678 de 2017. Magistrado Ponente: Carlos Bernal Pulido.

Corte Constitucional. (2014). Bogotá. Sentencia C- 100 de 2014. Magistrada Ponente: María Victoria Calle Correa.

Corte Constitucional (2019). Bogotá. Sentencia SU - 140 de 2019. Magistrada Ponente: Cristina Pardo Schlesinger.

Corte Constitucional (2017). Bogotá. Sentencia T-543 de 2017. Magistrada Ponente: Diana Fajardo Rivera.