

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN LA INTEGRACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

María Fernanda Rodríguez Mora¹

Resumen

Esta investigación tiene como objeto estudiar con profundidad como se protege el consumidor en materia del comercio electrónico, actualmente en Colombia se atraviesa por la mejor época del comercio electrónico debido a la eficacia y los privilegios económicos, ambientales y sociales, la manera de impacto en el mundo por cambiar la forma de hacer negocios que llevan a cabo las empresas que lo implementan debido a la innovación y organización que se genera, esto se da gracias a la rápida evolución de tecnologías de la información y comunicación. Con e-commerce nos referimos a una nueva modalidad y el salto sustancial de llevar a cabo actividades comerciales y empresariales haciendo uso de los medios electrónicos, esto con finalidad de optimizar la gestión interna y externa de sus respectivas empresas. Actualmente para ayudar al progreso de las empresas, éstas deben tener dominio de información definiendo procesos e innovando herramientas para implementar en cuanto a cuestiones de calidad, cantidad y técnicas netamente mercantiles, igualmente trae consigo ventajas y desventajas para la parte consumidora que al desarrollo del actual escrito las explicaré.

***Palabras clave:* Comercio electrónico, protección, regulación, consumidor, riesgos.**

Abstract:

This research aims to study in depth how the consumer is protected in the area of electronic commerce, currently in Colombia it is going through the best time of electronic commerce due to the efficiency and economic, environmental and social privileges, the way of impact on the world for changing the way of doing business carried out by companies that implement it due to the innovation and organization that is generated, this is due to the rapid evolution of information and communication

¹ Estudiante investigador del Semillero de Investigación Derecho Informático y Tecnología en la Sociedad de la Información – DITSI, adscrito al Grupo de Investigación Doctor Angélico de la Facultad de Derecho de la Universidad Santo Tomas, Villavicencio

technologies. With e-commerce we refer to a new modality and the substantial leap of carrying out commercial and business activities using electronic media, this in order to optimize the internal and external management of their respective companies. Currently, to help the progress of companies, they must have mastery of information defining processes and innovating tools to implement in terms of quality, quantity and purely commercial techniques, also brings with it advantages and disadvantages for the consuming part what to the development of the current I will explain them in writing.

Keywords: Electronic commerce, protection, regulation, consumer, risks.

Introducción

El mundo ha evidenciado los cambios en cuanto a la gran revolución tecnología, que trajo consigo un desarrollo en diferentes áreas del conocimiento, para mejorar la aplicación de ellas. Esta investigación se lleva a cabo con el fin de dar a conocer especialmente sobre SMARTFIT S.A.S la manera en la que se lleva a cabo la protección del consumidor en los contratos adhesivos de manera electrónica en el momento en el que una persona acepta términos y condiciones, y la manera en la que se beneficia con sus privilegios teniendo en cuenta que el internet ha cambiado la forma como se hacen negocios en el siglo XXI las empresas han empezado a transformar sus modelos de negocio para adaptarse al uso del internet como herramienta que potencie su negocio, pues las crecientes tendencias en el comercio mundial se ligan cada vez más al internet y al uso de éste como medio para llegar a las personas de manera más eficaz brindando experiencias nuevas a los consumidores.

Cómo lo indica la revista Dinero: “según la confederación Colombiana de Cámaras de Comercio el 86% de las empresas del país es de tamaño mediano y pequeño y su vida promedio es de 12 años, promedio que se ve condicionado por la robustez de su estructura financiera, siendo mayor el riesgo para las menos fuertes pues su estructura financiera no es tan robusta; este riesgo se puede mitigar anticipándose a las crisis e identificando nuevas tendencias en el mercado, tendencias que están ligadas al uso y aprovechamiento de herramientas informáticas en el desarrollo del negocio.” (Revista Dinero, 2014).

El comercio electrónico está cambiando la forma como las empresas llegan a los

consumidores y como señala la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE): “Actualmente el 76% de los internautas son compradores online, cifra que creció 24% respecto al año 2013, siendo la moda y los dispositivos electrónicos los de más demanda, en el caso de los productos, y los viajes y los eventos en los servicios.” (Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, 2016).

Sin embargo, el comercio electrónico en muchas ocasiones es contraproducente en materia del consumidor, debido a que muchos consumidores no leen cuales son los verdaderos términos y condiciones antes de continuar. En el caso de SMARTFIT el medio de pago es tarjeta débito o crédito y se registra en el momento de la inscripción por internet, los usuarios al continuar su registro y aceptar los términos y condiciones creen que el servicio no se les prestará hasta que ellos no firmen un contrato en físico, suposición que ha llevado a muchas inconformidades debido a la debitación automática de la cuenta bancaria desde el momento de la inscripción.

Los avances logrados en el área de telecomunicación han permitido que las empresas que se beneficien de ello puedan obtener más ganancia, ya que pueden llegar a sus clientes de manera más fácil al ver la necesidad social dinámica y que los clientes optan por comprar a través internet y hay la oportunidad de mayor ahorro de tiempo y dinero ya que evitará gastar en abrir un establecimiento de comercio.

El sector de compras virtuales de servicios cada vez es más competitivo, cercano a ello vemos a SMARTFIT S.A.S., BODYTECH, NETFLIX y, otras empresas que promocionan la venta de servicios, pero el objetivo de este trabajo es analizar las empresas prestadoras de servicios ya sean servicios virtuales o presenciales pero que el modo de adquisición de la compra es virtual, en su calidad de dominio frente a un consumidor que está a punto de tomar un contrato de adhesión.

Las empresas colombianas actuales saben de las necesidades sociales que se presentan día a día y deciden llevar sus actividades empresariales y comerciales a la red, mejorando técnicas de eficacia, servicio al cliente, e impulsando la apertura de nuevos mercados, de hecho, el objetivo de la globalización tecnológica en el campo comercial es la apertura de nuevos mercados. Sin bien es cierto Colombia no se queda atrás, es una de las naciones de Latinoamérica en las que se proyecta que el volumen de

negocios que se realicen a través de comunicaciones electrónicas se incrementará significativamente en los inmediatos años venideros, sin embargo la PYMES en Colombia si supieran utilizar el modelo tecnológico de una manera eficaz en su estructura de negocio les traería más ganancia en tiempo, y dinero.

Como señala la Revista Dinero, “El comercio electrónico en Colombia vive por estos días su momento de mayor auge. Un estudio de Visa y Euro monitor calculó que en el año 2015 las ventas en tiendas virtuales alcanzaron los US\$3.100 millones, un crecimiento de 18% en relación con el año 2014 cuando las ventas reportadas llegaron a US\$2.620 millones, con esa tasa de crecimiento el E-commerce nacional habrá superado la barrera de los US\$5.000 millones en 2018”. (Revista Dinero, 2016).¹² Esto significa que cada vez más colombianos están adoptando la cultura de realizar sus compras por internet, sin embargo, aún hay personas que todavía son escépticas frente al tema y que, según la CCCE las tres principales barreras de las compras por internet son “Prefiero ver los productos antes de comprarlos, falta de costumbre y no me dan confianza las formas de pago”, (Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, 2016). Además, señala que del total de internautas colombianos el 24% no han comprado online.

Los beneficios del comercio electrónico se pueden clasificar en tres: “Aumento de las ventas y competitividad; Reducción de costos y Mejora en las comunicaciones”, pero estos son beneficios que no sólo son visibles para las empresas, el comercio electrónico también trae beneficios a los compradores pues permite que estos puedan obtener productos de difícil acceso a mejores precios y tener mayor facilidad en el proceso de obtención de información de los productos y evaluación de alternativas de compra.

La Cámara de Comercio promueve campañas como el Cyberlunes², que permite a las personas realizar compras por internet al obtener ofertas por tiempo limitado en un determinado día del año, sí se incentivara más la compra segura, confiable y eficaz,

² Nace en Estados Unidos en el año 2005 y se celebra el lunes siguiente de Acción de Gracias, durante el Cyberlunes se ponen en marcha una serie de ofertas enfocadas a las ventas online y que se aplican a una cantidad muy diversa de productos. Estos descuentos son especialmente notables en algunas marcas y empresas de ventas por Internet

entonces muchas personas van a optar por comprar o vender por primera vez mediante el comercio electrónico.

Así mismo el periódico El Tiempo menciona que de diez personas en Colombia una compra por internet, esa cifra se debe a barreras culturales como lo señala Alberto Yohai, Presidente de la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones, quien reconoció que existe una gran desconfianza en las transacciones en línea; “Si bien los esfuerzos de la industria y el Gobierno van encaminados a aumentar los canales mediante los cuales los colombianos pueden realizar transacciones en línea, una mayor penetración del comercio electrónico depende en buena medida de que los diferentes actores de este mercado puedan superar las barreras”. (El Tiempo, 2014).

Para SMARTFIT S.A.S, NETFLIX, BODYTECH, sería idóneo la implementación de modelos, talleres o técnicas que permitan traer a colación la seriedad y confianza de sus consumidores, para así mismo explotar económicamente sus actividades empresariales.

1. Metodología

1.1 Tipo de estudio

La investigación tendrá un carácter cualitativo, pues se pretende evidenciar y describir la realidad del comercio electrónico la empresa SMARTFIT S.A.S y específicamente en las empresas de prestación de servicios, se busca medir con la mayor precisión posible el nivel de uso de comercio electrónico en éstas empresas y la intención de los autores es profundizar en el tema

Se realizará una investigación de carácter cualitativo con un enfoque jurídico, mediante una búsqueda de distintas fuentes bibliográficas con investigadores calificados y determinados, libros nacionales, peticiones ante las entidades como la Superintendencia de Industria y Comercio y la Cámara de Comercio, para identificar la normatividad acerca de la protección al consumidor en los contratos e-commerce de prestación de servicios en la actualidad; aplicando un método analítico y descriptivo que permitía consolidar un marco normativo a nivel internacional y nacional, identificando los distintos organismos encargados de esta Política pública que Colombia viene implementando en el último quinquenio en materia digital. También se

implementarán encuestas revisadas de fuentes virtuales confiables.

2. Avances, resultados, discusión.

Como ya se dijo anteriormente, el comercio electrónico tomó auge en el siglo XXI y Colombia no se quedó atrás, el Congreso Colombiano aprobó la Ley 1480 de 2011 por la cual se regula el Estatuto del Consumidor y, el Decreto 1499 de 2014 por el cual se reglamentan las ventas que utilizan métodos no tradicionales y las ventas a distancia. El artículo 78 de la Constitución Política establece que: “la ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización”. En cumplimiento de lo anterior, la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor) se encargó de regular “los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores y la responsabilidad de los productores y proveedores tanto sustancial como procesalmente”, por lo que dicha norma es de consulta obligatoria para conocer los diferentes aspectos que abarca el derecho de consumo. El Título VII de la mencionada Ley contiene el régimen de protección contractual (arts. 34 a 55), aplicable tanto a los contratos presenciales como a aquellos en los que se emplean métodos no tradicionales o a distancia.

Sobre los últimos, el Capítulo V del mencionado título contiene unas disposiciones especiales, referentes a los deberes especiales del productor y proveedor (art. 46), el derecho de retracto (art. 47), y la obligatoriedad del productor de dejar prueba de la aceptación del adherente a las condiciones generales (art. 48). Del mencionado régimen de protección contractual, se resaltan los artículos 43 y 44, pues, el primero establece las cláusulas abusivas que son ineficaces de pleno derecho, y el segundo los efectos de la nulidad o ineficacia de dichas cláusulas. En cuanto a las ventas realizadas por métodos no tradicionales, se tiene que se encuentran reguladas, además del Estatuto del Consumidor, a través del Decreto No. 1499 de 2014 en el que se describe en qué consisten esos tipos de ventas, en quién recae la responsabilidad, la información previa que debe suministrarse a los consumidores, el contenido mínimo de los contratos y las sanciones a que hay lugar en caso de incumplimiento de lo allí reglamentado. Se entenderá por comercio electrónico 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.

En Colombia el espacio electromagnético pertenece a la Nación, sin embargo, el espacio electrónico, es decir los impulsos magnéticos generados por los computadores, no pertenece a la Nación. La regulación del Congreso de la Republica y las políticas ICANN (Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números), y finalmente la única entidad certificadora (cerrada) autorizada hasta el momento de regulación es la Cámara de Comercio, por lo demás, hay poca regulación, y la única entidad sancionatoria es la Superintendencia de Industria y Comercio que en el caso de Villavicencio será la Casa del consumidor.

Ahora bien, centrémonos en la protección al consumidor, empecemos diciendo que la entidad encargada de sancionar los actos de empresas que vulneren los derechos consagrados y deberes impuestos en la ley 1480 de 2011 es la Superintendencia de Industria y Comercio, según lo disponen los numerales 22 al 31, 42 al 46 y 61 al 66 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, a través del cual se modificó la estructura de la Entidad, en materia de protección al consumidor tiene, entre otras, las siguientes facultades:

1. Velar por la observancia de las disposiciones sobre protección al consumidor.
2. Adelantar procedimientos por violación al régimen de protección del consumidor, en ejercicio de funciones administrativas y jurisdiccionales.
3. Imponer sanciones por violación al régimen de protección al consumidor, una vez surtida una investigación.
4. Impartir instrucciones en materia de protección al consumidor con el fin de establecer criterios y procedimientos que faciliten el cumplimiento de las normas.

En virtud de dichas competencias, entre otras, las funciones que cumple la Superintendencia se relacionan con los temas concernientes a la calidad, la idoneidad y las garantías de los bienes y servicios, así como, la verificación de la responsabilidad por el incumplimiento de las normas sobre información veraz y suficiente, publicidad engañosa e indicación pública de precios, y protección contractual (cláusulas abusivas). Sobre las funciones relacionadas, se resalta que las atribuciones de esta

Superintendencia en cuanto al régimen de protección al consumidor son de naturaleza residual, motivo por el que la Entidad solo debe ejercer tales funciones cuando su competencia no haya sido asignada a otra autoridad, tal y como lo dispone el numeral 22 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, según el cual:

"La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las siguientes funciones: (...) 22. Velar por la observancia de las disposiciones sobre protección al consumidor y dar trámite a las reclamaciones o quejas que se presenten, cuya competencia no haya sido asignada a otra autoridad, con el fin de establecer las responsabilidades administrativas del caso y ordenar las medidas que resulten pertinentes"³.

La Superintendencia de Industria y Comercio, de oficio o a petición de parte, podrá imponer una medida cautelar hasta por treinta (30) días calendario, prorrogables por treinta (30) días más, de bloqueo temporal de acceso al medio de comercio electrónico, cuando existan indicios graves que por ese medio se están violando los derechos de los consumidores, mientras se adelanta la investigación administrativa correspondiente⁴. En consideración, a manera de ejemplo, esta Entidad carece de competencia para proteger a los consumidores financieros, cuyo régimen de protección se encuentra consagrado en la Ley 1328 de 2009.

Vamos a dar un recuento de lo fundamental en los derechos y deberes de los consumidores, Artículo 3, ley 1480 de 2011 dispone: "Se tendrán como derechos y deberes generales de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de los que les reconozcan leyes especiales, los siguientes:

1. Derechos:

1.1. Derecho a recibir productos de calidad: Recibir el producto de conformidad con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado.

1.2. Derecho a la seguridad e indemnidad: Derecho a que los productos no causen daño en condiciones normales de uso y a la protección contra las consecuencias nocivas para

³ Radicación de petición 20-14471- -6 del 21 de enero de 2020.

⁴ Artículo 54 de la ley 1480 de 2011

la salud, la vida o la integridad de los consumidores.

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

1.4. Derecho a recibir protección contra la publicidad engañosa.

1.5. Derecho a la reclamación: Reclamar directamente ante el productor, proveedor o prestador y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos, así como tener acceso a las autoridades judiciales o administrativas para el mismo propósito, en los términos de la presente ley. Las reclamaciones podrán efectuarse personalmente o mediante representante o apoderado.

1.6. Protección contractual: Ser protegido de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, en los términos de la presente ley.

1.7. Derecho de elección: Elegir libremente los bienes y servicios que requieran los consumidores.

1.8. Derecho a la participación: Organizarse y asociarse para proteger sus derechos e intereses, elegir a sus representantes, participar y ser oídos por quienes cumplan funciones públicas en el estudio de las decisiones legales y administrativas que les conciernen, así como a obtener respuesta a sus peticiones.

1.9. Derecho de representación: Los consumidores tienen derecho a hacerse representar, para la solución de las reclamaciones sobre consumo de bienes y servicios, y las contravenciones a la presente ley, por sus organizaciones, o los voceros autorizados por ellas.

1.10. Derecho a informar: Los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas tendrán acceso a los medios masivos de comunicación, para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores.

1.11. Derecho a la educación: Los ciudadanos tienen derecho a recibir educación sobre

los derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas.

1.12. Derecho a la igualdad: Ser tratados equitativamente y de manera no discriminatoria.

2. Deberes.

2.1. Informarse respecto de la calidad de los productos, así como de las instrucciones que suministre el productor o proveedor en relación con su adecuado uso o consumo, conservación e instalación. Notas de Vigencia

2.2. Obrar de buena fe frente a los productores y proveedores y frente a las autoridades públicas.

2.3. Cumplir con las normas sobre reciclaje y disposición de desechos de bienes consumidos.

Adicionalmente, el capítulo V del mencionado Estatuto trae a colación los deberes de proveedores que utilicen medios no tradicionales en su artículo 46.

El productor o proveedor que realice ventas a distancia deberá:

2.4. Cerciorarse de que la entrega del bien o servicio se realice efectivamente en la dirección indicada por el consumidor y que este ha sido plena e inequívocamente identificado.

2.5. Permitir que el consumidor haga reclamaciones y devoluciones en los mismos términos y por los mismos medios de la transacción original.

2.6. Mantener los registros necesarios y poner en conocimiento del consumidor, el asiento de su transacción y la identidad del proveedor y del productor del bien.

2.7. Informar, previo a la adquisición, la disponibilidad del producto, el derecho de retracto el término para ejercerlo, el término de duración de las condiciones comerciales y el tiempo de entrega.

PARÁGRAFO. Dentro de los seis (6) meses siguientes a la expedición de la presente ley, el Gobierno Nacional se encargará de reglamentar las ventas a distancia.

El 21 de enero de 2020, solicité ante la Superintendencia de Industria y Comercio, que medidas sancionatorias tomaban para sancionar a los infractores y ésta me otorgó el material a continuación:

Anexo No 1

SANCIONES PROTECCIÓN CONTRACTUAL ENERO 2018 - DICIEMBRE 2019 DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR					
Expediente	Número	Fecha	Multado	Valor Sanción	Sector
15 184737	5021	30/01/2018	SOLFINANZAS DE COLOMBIA S.A.S.	\$ 46.874.520	Servicios de financiación
15 172995	5546	31/01/2018	MEGS FINANCIAL GROUP S.A.S.	\$ 15.624.840	Servicios de financiación
15 5246	5557	31/01/2018	STARMEDIA GROUP S.A.S.	\$ 54.686.940	Venta por métodos no tradicionales / Distancia
15 142600	8090	09/02/2018	MIMOTO S.A.S.	\$ 39.062.100	Automotores
15 32587	19988	21/03/2018	SISTECREDITO S.A.S	\$ 39.062.100	Servicios de financiación
15 189878	19989	21/03/2018	COLOMBIANA DE COMERCIO S.A. - CORBETA S.A. Y/O ALKOSTO S.A.	\$ 54.686.940	Venta En Almacenes
14 36456	21472	26/03/2018	MALL EXPRESS S.A.S.	\$ 39.062.100	Servicios de financiación
15 184907	21475	26/03/2018	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE CREDITO Y SERVICIOS COOCREDISER	\$ 31.249.680	Servicios de financiación
15 178569	24626	12/04/2018	FONDO DE EMPLEADOS DE LA CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DEL CAUCA	\$ 7.377.170	Servicios de financiación
15 178571	26073	18/04/2018	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE APORTE Y CREDITO SOLIDARIOS	\$ 7.812.420	Servicios de financiación
15 58698	27130	23/04/2018	COOPERATIVA DE AYUDA SOLIDARIA COAYSOL	\$ 54.686.940	Servicios de financiación
15 184234	28261	26/04/2018	COMERCIALIZADORA DE MUEBLES LYM S.A.S.	\$ 32.812.164	Servicios de financiación
15 184816	28625	27/04/2018	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE SERVICIOS PROFESIONALES	\$ 23.437.260	Servicios de financiación
15 73686	28628	27/04/2018	SERVICE COLOMBIA S.A.S.	\$ 78.124.200	Servicios de comunicaciones
15 147116	28630	27/04/2018	AGENCIA DE VIAJES OPERADORA DE TURISMO OCEAN & LAND TOURS S.A.S.	\$ 31.249.680	Turismo
15 198696	28641	27/04/2018	RENA WARE DE COLOMBIA S.A.S.	\$ 31.249.680	Servicios de financiación
15 184822	28643	27/04/2018	FINSOCIAL S.A.S.	\$ 15.624.840	Servicios de financiación
15 189862	29307	30/04/2018	COOPERATIVA DE PRODUCTORES Y COMERCIANTES DE LOS LLANOS COOPROCOLL	\$ 31.249.680	Servicios de financiación
15 184189	29317	30/04/2018	ONEST NEGOCIOS DE CAPITAL S.A.S	\$ 23.437.260	Servicios de financiación
15 184214	29318	30/04/2018	NORMA MILENE CUADROS BAUTISTA	\$ 7.812.420	Servicios de financiación
15 230690	29321	30/04/2018	EDITORIA HADE S.A.S.	\$ 39.062.100	Servicios de comunicaciones
15 178641	29456	30/04/2018	COOPERATIVA DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA	\$ 23.437.260	Servicios de financiación
15 181954	33372	17/05/2018	FONDO DE EMPLEADOS DEL ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO DE POPAYAN	\$ 15.624.840	Servicios de financiación
15 178618	34980	23/05/2018	SOCIEDAD COOPERATIVA DE MICROFINANZAS SOCOMIR	\$ 31.249.680	Servicios de financiación
15 196164	35515	24/05/2018	MOTO EXPERIENCIA S.A.S.	\$ 23.437.260	Automotores
14 167152	36242	28/05/2018	CREIVALORES - CREDISERVICIOS S.A.S.	\$ 468.754.200	Servicios de financiación
14 167152	36242	28/05/2018	COOPERATIVA DE APORTES Y CREDITO CREDIPROGRESO	\$ 39.062.100	Servicios de financiación
15 195893	36243	28/05/2018	CREDITOS S.A.	\$ 39.062.100	Servicios de financiación
15 260775	36245	28/05/2018	JHON JAIRO MURILLO LASSO	\$ 15.624.840	Servicios de financiación
15 190051	36247	28/05/2018	ASOCIACION MERCANTIL Y TECNOLOGICA DEL META S. EN C. S. - ASMETECM S EN C.S.	\$ 10.156.146	Servicios de financiación
15 184717	36251	28/05/2018	JOHANA PATRICIA LARA JIMENEZ	\$ 10.156.146	Servicios de financiación
14 5882	36254	28/05/2018	MELOCOMPRO SAS	\$ 31.249.680	Portales de comercio electrónico

15 284776	36294	28/05/2018	UNIBUILES S.A.	\$ 70.311.780	Servicios de financiación
15 184751	36749	29/05/2018	LUIS DARIO BOTERO GOMEZ	\$ 109.373.880	Servicios de financiación
15 178596	37286	30/05/2018	FUNDACION LINEA SOCIAL EN LIQUIDACION	\$ 27.343.470	Servicios de financiación
13 191992	37966	31/05/2018	ALMACEN BC S.A.S.	\$ 70.311.780	Servicios de financiación
15 178619	37968	31/05/2018	COOPERATIVA AGROPECUARIA DEL SINU MEDIO	\$ 3.124.968	Servicios de financiación
15 196047	37972	31/05/2018	IBG GLOBAL S.A.S.	\$ 140.623.650	Servicios de financiación
15 196047	37972	31/05/2018	IVAN DE JESUS BOTERO GOMEZ	\$ 39.062.100	Servicios de financiación
15 178599	38014	31/05/2018	SOLUCIONES FINANCIERAS Y DE NEGOCIOS S.A.S.	\$ 78.124.200	Servicios de financiación
15 184920	38017	31/05/2018	CREDIMER LTDA	\$ 46.874.520	Servicios de financiación
15 184937	41111	13/06/2018	CREDITITULOS S.A.S	\$ 97.655.250	Servicios de financiación
15 189866	41125	13/06/2018	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE RETIRADOS DE LAS FUERZAS ARMADAS DEL META- COORFAMETA	\$ 4.687.452	Servicios de financiación
15 184684	41127	13/06/2018	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE VENDEDORES COJASAN	\$ 7.812.420	Servicios de financiación
15 184742	41131	13/06/2018	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO FINCOMERCIO LTDA.	\$ 105.467.670	Servicios de financiación
15 187127	41133	13/06/2018	N.B.R. CREDITOS BOTERO S.A.S.	\$ 54.686.940	Servicios de financiación
15 189852	41136	13/06/2018	ROBER ALBEIRO MELO BAQUERO	\$ 31.249.680	Servicios de financiación
15 184756	41138	13/06/2018	CORPORACIÓN NARIÑO EMPRESA Y FUTURO - SIGLA CONTACTAR	\$ 31.249.680	Servicios de financiación
15 195899	41340	14/06/2018	OPTIMISMO SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS	\$ 62.499.630	Servicios de financiación
15 178608	41373	14/06/2018	SOLFINSAS DEL SINU S.A.S.	\$ 20.312.292	Servicios de financiación
15 178601	41375	14/06/2018	CORPORACION INTERACTUAR	\$ 31.249.680	Servicios de financiación
15 178659	41376	14/06/2018	FONDO DE EMPLEADOS DE ASMET SALUD	\$ 12.499.872	Servicios de financiación
15 184180	41874	15/06/2018	ROCIO DEL PILAR ESPINOSA DE VALENCIA	\$ 15.624.840	Servicios de financiación
15 28091	41877	15/06/2018	ORIGINAR SOLUCIONES LTDA	\$ 62.499.360	Servicios de financiación
15 28091	41877	15/06/2018	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE SERVICIOS CON EXPERIENCIA EN CREDITO - COOEXPOCREDIT EN	\$ 78.124.200	Servicios de financiación
15 178634	44418	26/06/2018	SUMAS Y SOLUCIONES S.A.S.	\$ 164.060.820	Servicios de financiación
15 184707	44419	26/06/2018	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE SERVICIOS Y GESTION COMERCIAL	\$ 19.535.050	Servicios de financiación
15 190070	44425	26/06/2018	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CONGENTE	\$ 62.499.360	Servicios de financiación
15 195884	44427	26/06/2018	CREDITOS ORBE S.A.S.	\$ 93.749.040	Servicios de financiación
15 184187	44429	26/06/2018	DISTRIBUIDORA RAYCO SAS	\$ 234.372.600	Servicios de financiación
15 178653	44430	26/06/2018	COOPERATIVA DE SERVIDORES PUBLICOS Y JUBILADOS DE COLOMBIA	\$ 101.561.460	Servicios de financiación
15 178581	44445	26/06/2018	FUNDACION A PROGRESAR COLOMBIA	\$ 27.343.470	Servicios de financiación
15 161238	44761	27/06/2018	CLAVE 2000 S.A	\$ 93.749.040	Servicios de financiación
15 195932	46081	03/07/2018	ELECTROJAPONESA S.A.	\$ 171.873.240	Servicios de financiación
15 223955	46309	04/07/2018	MAGIC BUSINESS AND HAPINESS S.A.S	\$ 54.686.940	Espectáculos públicos
15 168538	47594	09/07/2018	ECLOF COLOMBIA S.A.S.	\$ 93.749.040	Servicios de financiación
15 201870	53638	30/07/2018	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE SERVICIOS COMUNERA - COOPMULCOM	\$ 31.249.680	Servicios de financiación
15 188478	54264	31/07/2018	TOP LINE CALL S.A.S.	\$ 101.561.460	Ventas por métodos no tradicionales / Distancia

14 84843	54302	31/07/2018	EFFECTO ESTRATEGIA INTERNACIONAL S.A.S.	\$ 65.624.328	Turismo
16 440615	54312	31/07/2018	REPRESENTACIONES GETSEMANI SAS	\$ 15.624.840	Turismo
15 66469	54321	31/07/2018	GENERAL SERVICE DE COLOMBIA S.A.S	\$ 101.561.460	Turismo
15 126887	56314	08/08/2018	FINANCIAMOS S.A	\$ 31.249.680	Servicios de financiación
17 349473	56317	08/08/2018	HUGO ESCOBAR BERNAL	\$ 27.343.470	Parqueadero
15 238747	62908	30/08/2018	RAPPI S.A.S.	\$ 50.780.730	Portales de comercio electrónico
15 243879	64150	31/08/2018	DESTINOS VISION S.A.S.	\$ 89.842.830	Turismo
14 220087	64155	31/08/2018	BUSINESS TIME LTDA EN LIQUIDACIÓN	\$ 35.155.890	Turismo
15 37695	64158	31/08/2018	INTERGAS DE COLOMBIA S.A.S	\$ 15.624.840	Servicios de financiación
15 227025	64161	31/08/2018	COLOMBIA RED 365 S.A.S.	\$ 54.686.940	Ventas por métodos no tradicionales / Distancia
17 349491	64162	31/08/2018	VALE T ZONE S.A.S.	\$ 17.187.324	Parqueadero
16 17659	64163	31/08/2018	NALSANI S.A.S	\$ 15.624.840	Venta En Almacenes
15 168290	66810	11/09/2018	ESPECTACULOS Y EVENTOS DE COLOMBIA S.A.S.	\$ 78.124.200	Espectáculos públicos
15 287348	73160	28/09/2018	COLOMBIANA DE COMERCIO SA SIGLAS CORBETA SA Y/O ALKOSTO SA	\$ 859.366.200	Venta En Almacenes
15 268862	81322	01/11/2018	PRESTAENLINEA S.A.S.	\$ 78.124.200	Servicios de financiación
15 142320	82176	07/11/2018	CENCOSUD COLOMBIA S.A.	\$ 781.242.000	Venta En Almacenes
16 60400	82959	09/11/2018	ALIANZA FIDUCIARIA S.A. FIDEICOMISOS	\$ 56.249.424	Turismo
16 61732	83019	09/11/2018	GREEN HOUSE HOSTEL COFFE S.A.S.	\$ 14.062.356	Turismo
16 61387	84294	16/11/2018	CALIENTE TOURS LTDA.	\$ 23.437.260	Turismo
16 3073	87344	29/11/2018	CRSISTEMAS S.A.S.	\$ 39.062.100	Servicios de financiación
17 282942	87392	29/11/2018	LUIS JAIME GUISAO CASTRO	\$ 781.242	Parqueadero
15 229325	92416	20/12/2018	CINDY DAYAN VIVEROS BONILLA	\$ 5.468.694	Turismo
15 299109	92718	21/12/2018	EL SEMILLERO SAS	\$ 39.062.100	Servicios de financiación
17 43786	92728	21/12/2018	JL Y RB SAS	\$ 144.529.770	Servicios de financiación
16 60385	93505	27/12/2018	HOTEL SANTA CLARA S.A. EN REESTRUCTURACION	\$ 96.874.008	Turismo
17 282314	93506	27/12/2018	JUAN MANUEL GUTIÉRREZ JIMÉNEZ	\$ 2.343.726	Parqueadero
16 451396	93511	27/12/2018	TERRAWIND PROPERTIES CORP SUCURSAL COLOMBIA	\$ 11.718.630	Turismo
16 34809	93569	27/12/2018	INVERSIONES TURISTICAS DEL CARIBE LTDA. & CÍA. S.C.A.	\$ 58.593.150	Turismo
16 48273	94178	28/12/2018	AGENCIA DE VIAJES OPERADORA DE TURISMO FABIAN GARCIA ALL SERVICES TOURS S.A.S.	\$ 11.718.630	Turismo
17 282316	94182	28/12/2018	COMERCIAL RESCO S.A.S.	\$ 3.906.210	Parqueadero
17 62626	94749	31/12/2018	EL BALUARTE LTDA	\$ 50.780.730	Turismo
16 59921	94752	31/12/2018	COMPAÑÍA HOTELERA DE CARTAGENA DE INDIAS S.A.	\$ 78.124.200	Turismo
16 72920	34	02/01/2019	CENTERS GLOBAL SERVICES S.A.S	\$ 24.843.480	Ventas por métodos no tradicionales / Distancia
16 19463	132	08/01/2019	BIGFOOT COLOMBIA SAS	\$ 41.405.800	Ventas por métodos no tradicionales / Distancia
14 195399	403	11/01/2019	APROBAMOS S.A.S	\$ 16.562.320	Servicios de financiación
16 133871	405	11/01/2019	ALMACENES LA 14 S.A.	\$ 41.405.800	Venta en almacenes

17 121742	59095	31/10/2019	TRAVEL 2 LIVE CO S.A.S.	\$ 17.390.436	Turismo
17 117162	59115	31/10/2019	MAJOTIENDA ONLINE S.A.S.	\$ 20.702.900	Portales de comercio electrónico
16 272476	59119	31/10/2019	STEMTECH COLOMBIA S.A.S. EN LIQUIDACIÓN	\$ 662.492.800	Comercio de productos farmacéuticos
16 440625	59132	31/10/2019	CARLOS ALBERTO LOPEZ CARVAJAL	\$ 1.656.232	Turismo
17 321237	59146	31/10/2019	HOTELES MS S.A.S.	\$ 49.686.960	Turismo
17 84351	59158	31/10/2019	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE PROFESIONALES Y SERVICIOS - COOMUPROSER	\$ 8.281.160	Servicios de financiación
15 198574	64391	19/11/2019	COOPERATIVA DE APORTES Y CREDITO CREDIPROGRESO - EN LIQUIDACION	\$ 49.686.960	Servicios de financiación
16 440623	65305	22/11/2019	AMONITA TOUR LTDA	\$ 7.453.044	Turismo
16 60004	74371	16/12/2019	LOS CORALES DE CARTAGENA S.A.S. - SIGLA LCC S.A.S.	\$ 49.686.960	Turismo
17 130	75232	18/12/2019	AGENCIA DE VIAJES TURISMO SAN SEBASTIAN SAS	\$ 20.702.900	Turismo
16 36794	75237	18/12/2019	ZINOBE S.A.S.	\$ 1.076.550.800	Servicios de financiación
18 98666	76076	23/12/2019	ANDRES DAVID QUINTERO OSORIO	\$ 12.421.740	Turismo
18 290376	76332	27/12/2019	COMPAÑIA CONSULTORA DE MERCADEO TOPCLUB S.A.S	\$ 23.187.248	Ventas por métodos no tradicionales / Distancia
17 80665	76339	27/12/2019	VIP SERVICE GROUP LTDA	\$ 16.562.320	Ventas por métodos no tradicionales / Distancia
17 395514	76345	27/12/2019	LUCCA GIULIANO S.A.S	\$ 82.811.600	Comercio de prendas de vestir
16 275505	76360	27/12/2019	SISTEMA INTEGRADO DE MOVILIDAD AUTOMOTRIZ (SIMA) SAS	\$ 28.984.060	Ventas por métodos no tradicionales / Distancia
18 78339	76530	27/12/2019	HOTEL CHICALA S A S	\$ 41.405.800	Turismo
15 245560	76539	27/12/2019	LA ALIANZA ARLOZ GROUP S.A.S.	\$ 28.984.060	Turismo

Para garantizar el cumplimiento de los derechos de los consumidores el legislador estableció dos mecanismos, cuya diferencia radica en el interés que mueve al consumidor para accionar. Así, si la finalidad que mueve al consumidor es la protección del interés general, esto es, la protección de los derechos de todos los consumidores y no solo de sus intereses particulares, puede acudir a la vía administrativa ante la Superintendencia de Industria y Comercio, para que en ejercicio de sus funciones de inspección, vigilancia y control, a través de la Delegatura para la Protección del Consumidor, adelante una investigación con la finalidad de determinar si uno o varios miembros de la cadena de producción (productor, proveedor, prestador) infringieron los derechos de uno o varios consumidores, y si es del caso, le imponga las sanciones establecidas en la ley, previo agotamiento del procedimiento sancionatorio establecido en los artículos 47 y siguientes del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo (CPACA).

Es de aclarar que, la actuación administrativa descrita anteriormente, puede ser promovida de oficio o a petición de parte. Cuando se hace de oficio, quiere decir que es directamente la Entidad, sin necesidad de denuncia de ningún ciudadano, la que adelanta

el correspondiente proceso administrativo, en caso de advertir la vulneración de un derecho de interés general que debe proteger. Por su parte, cuando se dice que tales actuaciones pueden ser promovidas a petición de parte, quiere decir que es un ciudadano quien formula una denuncia para poner en evidencia una conducta o una situación que amerita ser investigada por la Entidad.

El segundo mecanismo consiste en el ejercicio de la acción de protección al consumidor, a través de la cual este busca el amparo, ya no del interés general, si no de sus intereses particulares. Mediante esta vía el consumidor ejercita su derecho de acción para que un Juez de la República dirima el conflicto suscitado entre un consumidor y uno o varios de los miembros de la cadena de producción (productor, proveedor, prestador). En este evento, se deberá radicar la correspondiente demanda ante la autoridad judicial competente (jueces civiles) o la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio, dada las funciones que le fueron asignadas de manera excepcional a través del artículo 24 del Código General del Proceso. Ahora, dado que la actuación no será de carácter administrativo sino judicial, el procedimiento a seguir será el establecido en el Código General del Proceso y en el artículo 58 del Estatuto del Consumidor.

A continuación, encontrará una relación de los procesos judiciales tramitados ante la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales de la Entidad por inconvenientes presentados en contratos de comercio electrónico, en las que se alegó una presunta violación de las normas de protección contractual establecidas en el Estatuto del Consumidor.

Derecho vulnerado	2017	2018	2019	Total
Protección contractual	18	23	6	47

Información proporcionada por la Superintendencia de Industria y Comercio.

Conclusiones.

De acuerdo a la investigación desarrollada se concluye que es importante tanto

para las empresas y para los consumidores conocer los aspectos legales del comercio electrónico, pues al ser una tendencia en crecimiento, el desconocimiento de esta genera desconfianza para ambas partes, se contextualizó el panorama legal de este en Colombia y se halló que su regulación está ligada a la ley modelo de comercio electrónico desarrollada por la CNUDMI, incluida en la legislación colombiana mediante la ley 527 de 1999 adaptándose a sus normas, evidentemente tanto como compradores y vendedores están amparados y protegidos por la Ley.

Salir de la zona de confort es muy importante para las empresas que se resisten a los cambios tecnológicos, es muy importante adaptarse a ellos para mantenerse en el tiempo, en especial para las empresas donde no ven tan importante el comercio electrónico como estrategia competitiva por temor al cambio, igualmente, lo que respecta al consumidor, es importante globalizarse.

La protección a esa clase de consumidores se encuentra representada en el principio de favorabilidad al consumidor en la interpretación de las cláusulas generales de los contratos, la prohibición de condicionar la compra de un producto a la adquisición de otro, el establecimiento de unos requisitos mínimos para los contratos de adhesión, la prohibición al productor o proveedor de modificar de manera unilateral las cláusulas en esa clase de contratos, el establecimiento de los eventos en que son permitidas las cláusulas de permanencia, la definición de lo que debe entenderse por cláusulas abusivas y la determinación de aquellas que son ineficaces de pleno derecho.

A su vez, es importante que los consumidores cumplan con sus deberes de obrar de buena fe frente a los proveedores y productores, informarse de manera suficiente sobre el producto o servicio a adquirir y los antecedentes de los comerciantes que ofertan sus productos y servicios por medios electrónicos, es importante resaltar que en la relación comercial debe haber buena fe, de ambas partes.

Finalmente, concluyo diciendo que efectivamente se está prestando la protección al consumidor en el comercio electrónico, el régimen sancionatorio de la entidad administrativa y judicial nos muestra que efectivamente si corren consecuencias jurídicas, aquí lo importante es, no quedarse en silencio.

Referencias Bibliográficas

Revista Dinero. (03 de 03 de 2016). El comercio electrónico atraviesa su mejor momento en Colombia. Obtenido de <http://www.dinero.com/economia/articulo/mercado-del-comercio-electronico-en-colombia-y-el-mundo-2016/220987>

Tarazona Bermúdez, G., & Medina García, V. &. (13 de 12 de 2013). Modelo de implementación de soluciones de comercio electrónico. Recuperado el 12 de 10 de 2016, de Revista Ingenierías Universidad De Medellín: <http://revistas.udem.edu.co/index.php/ingenierias/article/v>

Thanasankit, T. (2003). E-commerce and Cultural values. Chicago: Idea Group Inc.

Thanasankit, T. (2003). E-commerce and Cultural values. Chicago: Idea Group Inc.

OCDE, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (1999). Recomendación del Consejo de la OCDE relativa a los lineamientos para la protección al consumidor en el contexto del comercio electrónico. Obtenido de <http://www.oecd.org/dataoecd/18/27/34023784.pdf>

MINTIC. (2016). Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Recuperado el 08 de marzo de 2017, de https://www.mintic.gov.co/gestionti/615/articles5482_G8_Controlos_Seguridad.pdf

Grupo de Estudios en "Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática". (2005). Comercio electrónico. Bogotá: Legis.