



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

RESOLUCIÓN NÚMERO 82505 DE 2020

(24 de diciembre de 2020)

Por la cual se inicia investigación administrativa mediante formulación de cargos

**Radicación No. 19-198723**

**LA DIRECTORA DE INVESTIGACIONES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**

En ejercicio de sus facultades legales en especial las conferidas en el Decreto 4886 de 2011, la Ley 1480 de 2011, la Ley 1437 de 2011 y

**CONSIDERANDO**

**PRIMERO:** Que en virtud de lo establecido en los numerales 22, 39 y 62 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, la Superintendencia de Industria y Comercio es competente para conocer y adelantar las investigaciones que considere pertinentes para la protección de los derechos de los consumidores, de la siguiente manera:

*“Artículo 1. Funciones Generales. La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las funciones establecidas en la Ley 155 de 1959, el Decreto 3307 de 1963, el Decreto 1302 de 1964, los Decretos 3466 y 3467 de 1982, el Decreto 2876 de 1984, el Decreto 2153 de 1992, el Decreto 2269 de 1993, la Ley 256 de 1996, la Ley 446 de 1998, la Ley 527 de 1999, el Decreto 1130 de 1999, el Decreto 1747 de 2000, la Ley 643 de 2001, el Decreto 3081 de 2005, el Decreto 3144 de 2008, la Ley 1266 de 2008, las Leyes 1335, 1340 y 1341 de 2009, la Ley 1369 de 2009, el Decreto 4130 de 2011, y el Decreto 4176 de 2011, y aquellas que modifiquen o adicionen las anteriores, las demás que le señalen las normas vigentes y las que le delegue el Presidente de República.*

*La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las siguientes funciones:*

*(...)*

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

*(...)*

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

*(...)*

*62. Realizar visitas de inspección, decretar y practicar pruebas y recaudar toda la información conducente, con el fin de verificar el cumplimiento de las disposiciones legales cuyo control le compete y adoptar las medidas que correspondan conforme a la ley.*

*(...).”*

**SEGUNDO:** Que por otra parte, los numerales 1 y 4 del artículo 12 del Decreto 4886 de 2011 establecen dentro de las funciones de la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor lo siguiente

*“Artículo 12. Funciones de la Dirección de Investigación de Protección al Consumidor. Son funciones de la Dirección de Investigación de Protección al Consumidor:*

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

*(...)*

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

4. Ejercer la supervisión de las instrucciones impartidas por la Superintendencia de Industria y Comercio en materia de protección al consumidor.  
(...)"

**TERCERO:** Que mediante la Ley 1480 de 2011, "Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones" en su artículo 1° se definieron los principios orientadores de la materia, así:

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

(...)

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

(...)"

**CUARTO:** Que el artículo 2 de la Ley 1480 de 2011, señala el objeto del Estatuto del Consumidor, así:

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

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

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

**QUINTO:** Que el artículo 3 de la Ley 1480 de 2011 establece los derechos y deberes generales del consumidor, como lo es el derecho a recibir productos de calidad, estipulado en el numeral 1.1. y el derecho a recibir información, consagrado en el numeral 1.3. de la siguiente manera:

**"Artículo 3. Derechos y deberes de los consumidores y usuarios.** Se tendrán como derechos y deberes generales de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de los que les reconozcan leyes especiales, los siguientes:

1. Derechos:

1.1. 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.

(...)

1.3. 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.

(...)"

**SEXTO:** Que el día 2 de septiembre de 2019, la señora **CAROLINA GIRALDO** presentó una queja en contra de **RAPPI S.A.S.**, radicada en esta Entidad con el número 19-198723-0, en la que manifiesta que la mencionada sociedad, aparentemente, está comercializando bebidas alcohólicas a menores de edad.

**6.1.** Teniendo en cuenta el escrito de queja, el día 29 de noviembre de 2019, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, en ejercicio de sus funciones, requirió a **RAPPI S.A.S.**, en adelante la investigada, mediante los radicados con los números 19-198723-2 y 19-198723-3 para que suministrara la siguiente información y documentación:

"(...)

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

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

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

*porcentaje de pauta.*

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

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

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

*(...)*

**6.2.** Que **RAPPI S.A.S** solicitó, a través del radicado 19-198723-4 del 19 de diciembre de 2019, una prórroga de quince (15) días para contestar el requerimiento señalado en el numeral anterior y solicitó aclaración sobre el contenido del mismo.

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

*(...)*

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

*2. Indicar cuáles son los mecanismos de seguridad dispuestos por Rappi para dar cumplimiento a lo previsto en el artículo 52 del Estado del Consumidores que a texto dice:*

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

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

*(...)*

**6.4.** Que el día 13 de enero de 2020, el Grupo de Trabajo de Supervisión Empresarial y Seguridad del Producto, adscrito a esta Dirección, adelantó una visita de inspección administrativa a la página web: <http://www.rappi.com.co/>, con la finalidad de verificar la información depositada en ésta. La mencionada inspección de visita quedo registrada en informe radicado bajo número 19-198723-6.

**6.5.** Que el día 26 de diciembre de 2019, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor requirió a **RAPPI S.A.S.** mediante los radicados números 19-198723-7 y 19-198723-8, para que suministrara la siguiente información y documentación:

*(...)*

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

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

*(...)*

**6.6.** Que el día 22 de enero de 2020, **RAPPI S.A.S.** presentó respuesta a los requerimientos 19-198723-2, 19-198723-3 y 198723-5, mediante la comunicación radicada con el número 19-198723-9, en la que manifestó que no ha anunciado ni comercializado productos nocivos para salud, como quiera que, son sus aliados comerciales quienes comercializan y han emitido pautas publicitarias de dichos productos a través del portal RAPPI.

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

En el mismo sentido, **RAPPI S.A.S.** indicó que tiene publicados los términos y condiciones para la adquisición de productos nocivos en los siguientes enlaces: <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataforma-rappi-2/>, <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones>, <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataforma-virtual-rappitendero/>.

De la misma manera, **RAPPI S.A.S.** señaló en su respuesta, respecto de los protocolos que tiene diseñados para la comercialización de productos nocivos para la salud, que cuando un consumidor va a adquirir una bebida alcohólica, la aplicación RAPPI le remite un mensaje recordándole que para poder realizar el pedido debe ser mayor de edad. De igual forma, manifestó que el rappitendero, quien es la persona encargada de entregar el domicilio, tiene el deber de verificar la edad del consumidor antes de entregarle el producto, para lo cual, debe incluir en la aplicación la edad del consumidor, comprobada con la cédula de ciudadanía de éste.

A su vez, indicó que no tiene conocimiento de transacciones para la adquisición de bebidas alcohólicas, realizadas por menores de edad.

Que junto a su respuesta, **RAPPI S.A.S.** aportó una USB que contiene: **i.** Treinta y seis (36) piezas publicitarias de bebidas alcohólicas emitidas durante los últimos seis (6) meses, **ii.** Relación en Excel de las treinta y seis (36) piezas publicitarias de bebidas alcohólicas emitidas durante los últimos seis (6) meses, **iii.** Una captura del fragmento de los términos y condiciones de uso de la plataforma web, **iv.** Una captura de los términos y condiciones para el expendio de licores, **v.** Una captura de la verificación de edad que se hace a través de la aplicación, **vi.** Un video del proceso de compra de licores a través de la aplicación móvil, **v.** Una captura de los términos y condiciones de uso de la plataforma web para los Rappitenderos **vi.** Un video del proceso de verificación de edad a cargo del Rappitendero y, **vii.** Relación en Excel de las peticiones, quejas y reclamos, junto a su trámite, durante los últimos seis (6) meses.

**SÉPTIMO:** Que los días 17 y 20 de diciembre de 2019, fue trasladada por la Dirección para la Gestión Políciva las peticiones número 20194211422802 y 20194601309862, presentadas por el señor **LUIS ALBERTO CARDONA GÓMEZ** y radicadas en esta Entidad con los números 19-293571-0 y 19-297219, en las que manifiesta de un posible expendio de licores a menores de edad a través de **RAPPI S.A.S.**

**OCTAVO:** Que el día 30 de diciembre de 2019, la Coordinadora del Grupo de Atención al Ciudadano de la Superintendencia de Sociedades, puso en conocimiento de esta Dirección del escrito número 2019-01-484776, remitido por el Área de Protección Infancia y Adolescencia de la Policía Nacional, a través del cual, trasladan la queja presentada por la señora **MARÍA MERCEDES DE BRIGARD MERCHAN**, en calidad de Representante Legal Suplente de Red PaPaz, radicado en esta Entidad con el número 19-302676-0, en la que señala que **RAPPI S.A.S.**, al parecer, emite publicidad y comercializa bebidas alcohólicas a menores edad.

Que la señora **MARÍA MERCEDES DE BRIGARD MERCHAN** adjuntó como soporte documental de su queja, un CD que contiene, entre otros documentos, lo siguiente: **i.** Copia de “acción policiva” con fecha del 10 de diciembre de 2019, que RED PAPAZ interpuso en contra de RAPPI por presuntamente, comercializar bebidas alcohólicas a menores de edad, **ii.** Dos (2) capturas de pantalla de una conversación sostenida entre RED PAPAZ y “Soy Lis de Rapp”, **iii.** Un (1) video en el que se observa que una señora, al parecer, está entregando dos botellas a un joven, **iv.** Dos (2) copias de la comunicación del día 6 de diciembre de 2016, que RED PAPAZ, remitió a RAPPI, informando sobre los posibles casos de comercialización de bebidas alcohólicas a menores de edad, **v.** Copia de la respuesta del Director General del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos -INVIMA del 30 de diciembre de 2016, sobre la no incorporación de la leyenda de prohibición del expendio de bebidas embriagantes a menores de edad, dentro de la publicidad emitida por RAPPI, **vi.** Copia de la respuesta de la Jefe Oficina de Atención al Ciudadano del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos -INVIMA del 10 de enero de 2017 a petición de RED PAPAZ por la aparente entrega de bebidas alcohólicas por parte de un RAPPITENDERO a un menor de edad, sin solicitar documentos de identidad, **vii.** Copia de la petición de RED PAPAZ del 9 de febrero de 2017, a la Procuradora Delegada para la Defensa de los Derechos de la Infancia, la Adolescencia y la Familia, **viii.** Copia de la respuesta del Jefe Seccional de Investigación Criminal DIRPO del 17 de febrero de 2017, a petición de RED PAPAZ, **ix.** Copia de la respuesta del Jefe Grupo de Protección a la Infancia y la Adolescencia MEBOG del 26 de marzo de 2017, a petición de RED PAPAZ, **x.** Copia de la carta y del correo electrónico que el señor LUIS



Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

ALBERTO CARDONA GÓMEZ remitió a RED PAPAZ el 29 de octubre de 2019, informando sobre una presunta comercialización (compra y entrega) de bebidas alcohólicas a su hijo SIMÓN, menor de edad, el día 20 octubre de 2019, sin que se haya validado su edad, **xi**. Fotografía de dos (2) botellas de "Smirnoff" con sello de RAPPI, **xii**. Captura de pantalla tomada al resumen de un pedido de dos (2) botellas de "Vodka Smirnoff", **xiii**. Captura de pantalla del aviso a "Simón" de la entrega del pedido de licores que realizó a través de RAPPI el 20 octubre de 2019 y, **xiv**. Captura de pantalla al aviso de la entrega del pedido dos (2) botellas de "Vodka Smirnoff" por parte de una RAPPITENDERA, que iba en motocicleta.

**NOVENO:** Que el día 23 de enero de 2020, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, en ejercicio de sus funciones, inició de oficio una averiguación preliminar en contra de **RAPPI S.A.S.**, requiriéndola mediante los radicados 20-16890-0 y 20-16890-1, para que suministrará la siguiente información y documentación:

"(...)

1. Explicar en qué consiste el servicio RappiFavor que presta la sociedad a través de la aplicación móvil RAPPI. (En adelante el servicio)

2. Informar desde qué fecha se viene prestando el servicio.

3. Indicar cuáles son los términos condiciones y restricciones para el uso del referido servicio y qué información se suministra a los consumidores al respecto. (Allegar las pruebas que sustenten su respuesta).

4. Allegar, en medio magnético, la totalidad de las piezas publicitarias, indistinto del medio de divulgación (televisión, radio, prensa, redes sociales, entre otros), por medio de las cuales anuncia el servicio, indicando la frecuencia y los medios a través de los cuales se divulga.

5. Informar si el referido servicio estipula cargos extras o adicionales. En caso afirmativo, indicar:

- En qué consisten los cargos extras.
- De qué manera se informa a los consumidores sobre los cargos extras.
- Cuál es el procedimiento establecido por la sociedad para calcular los valores o cargos extras cobrados a los consumidores.
- Allegar evidencia de cinco (5) pedidos en los cuales se hayan realizado cargos extras en la prestación del referido servicio, en los que se demuestre el procedimiento realizado para tal finalidad y la información previa entregada al consumidor sobre el particular.

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

"(...)"

9.1. Que el día 11 de febrero de 2020, **RAPPI S.A.S.** presentó respuesta al requerimiento radicada con el número 20-16890-2, en la que manifiesta que se presta el servicio de RAPPIFAVOR a través de la aplicación móvil RAPPI desde noviembre de 2015, el cual consiste en la solicitud que realiza un consumidor a un RAPPITENDERO de recoger o de enviar algún bien de un lugar o a otro, con excepción de joyas y dinero, o de realizar alguna actividad determinada.

Indicó en su respuesta, que los términos y condiciones del servicio "RAPPIFAVOR, están publicados en el link <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones>

Mencionó que el servicio de RAPPIFAVOR tiene una tarifa base de \$4.400, que incluye como máximo: 2 direcciones, 60 minutos y 2 kilómetros de recorrido, más el valor correspondiente al 1% del avalúo declarado por el consumidor. Cuando el servicio sobrepasa los parámetros de la tarifa base, se cobra el valor de \$110 pesos por cada 100 metros recorridos entre el kilómetro 2 y el kilómetro 10, a partir del kilómetro 10, cobran un valor de \$220 por cada 100 metros recorridos, se cobra \$1000 por cada dirección adicional y se cobra \$200 por cada minuto adicional. Información que menciona, indica a los consumidores a través de un botón informativo de la aplicación móvil.

Para soportar lo anterior, aportó junto a su respuesta: **i**. Una captura de pantalla del RAPPIFAVOR en la aplicación móvil, **ii**. Una captura de pantalla de la información suministrada a los consumidores sobre los cobros del servicio de RAPPIFAVOR y, **ii**. Una USB que contiene: **a**. Siete (7) piezas

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

publicitarias al RAPPIFAVOR, **b.** Relación en Excel de las siete (7) piezas publicitarias al RAPPIFAVOR, **c.** Capturas de cinco (5) evidencias de pedidos de RAPPIFAVOR en los que hubo cobros adicionales y, **d.** Relación en Excel de las peticiones, quejas, reclamos y trámite dado, en los últimos seis (6) meses.

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

*(...)*

*1. Indicar cuál es la información previa suministrada a los consumidores en relación con los tiempos de entrega de los productos que comercializa a través de su portal web (Aportar pruebas que sustenten sus afirmaciones).*

*2. Informar cuál es el procedimiento utilizado para establecer los tiempos estimados en la entrega de los productos solicitados por los consumidores a través del portal web.*

*3. Explicar cuáles son las soluciones brindadas a los consumidores en el evento que no sea posible entregar el bien en la hora y fecha indicada.*

*4. Informar cómo se aplica el derecho de retracto de las compras realizadas a través de su portal web. Remitir a este Despacho copia de cinco (5) solicitudes de retracto presentadas en los últimos quince (15) días.*

*5. Anexar copia de cincuenta (50) facturas de venta expedidas a través de su portal web en los últimos diez (10) días con sus correspondientes actas de entrega.*

*6. Indicar si a raíz de la emergencia social que está viviendo el país (COVID 19) se ha estimado tiempos de entrega distintos a los usuales, en caso afirmativo indicar cuáles son y cómo se dan a conocer a los consumidores. (Aportar las pruebas que permiten advertir la entrega de los productos en los tiempos previamente informados al consumidor).*

*7. Indicar si es posible que el consumidor solicite la devolución del dinero en caso de no recibir los productos en los tiempos previamente informados, de ser afirmativa su respuesta informar el tiempo estimado para dicho reintegro.*

*8. Informar de qué medios dispone para que los consumidores presenten sus peticiones, quejas y reclamos (allegar el procedimiento que maneja).*

*9. Aportar copia de las peticiones, quejas y reclamos recibidas, durante los últimos diez (10) días relacionados con los tiempos de entrega, indicando fecha de radicación, nombre del quejoso, motivo, trámite dado a la misma y fecha de respuesta.*

*(...)"*

**10.1.** Que el día 8 de abril de 2020, **RAPPI S.A.S.**, presentó su respuesta al requerimiento radicada con el número 20-66537-5, en la que manifestó que no informa a los consumidores un tiempo exacto de entrega del pedido realizado a través de la aplicación RAPPI, sino un tiempo estimado que calculan teniendo en cuenta las siguientes variables:

**Extracto de la respuesta de RAPPI S.A.S.; Radicado: 20-66537-5**

*"i) Demanda de los productos del Aliado y capacidad operacional para gestionar la demanda, entendiéndose por esto, la cantidad de órdenes que están solicitando los Usuarios al Aliado y la capacidad operativa (recursos) que tiene este para gestionar. Esto varía dependiendo de cada vertical, puesto que existen Aliados en la vertical de restaurantes, mercados, farmacia etc y cada uno tiene un producto, una operación y una capacidad diferente para gestionar.*

*(ii) Puntos de venta del Aliado Comercial. Todos los Aliados tienen diferente número y ubicación de sus puntos de venta, con diferente número de empleados e inventarios distintos.*

*(iii) La oferta de Rappitenderos al servicio de los Usuarios a través de la Plataforma. Esta oferta varía por muchos factores, como, por ejemplo: el número de Rappitenderos disponibles, el clima, el tráfico, la zona de la ciudad y los implementos propios con los que*

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

*cuenta el Rappitendero para realizar una orden.*

*(iv) El histórico de órdenes procesadas en el pasado por el mismo Aliado con la misma capacidad operacional con la que cuenta en el momento en que el Usuario visualiza su tienda. De esta manera, el sistema a través de su capacidad tecnológica y tomando en cuenta todas las variables, establece un tiempo estimado de entrega que es el que se ve reflejado en la Plataforma.”*

De igual forma, señaló que las variables para determinar el tiempo de entrega pueden cambiar luego de que el consumidor realizó un pedido, lo que genera que se presente una modificación en el tiempo de entrega inicialmente informado, el cual es actualizado en la medida en que las variables fluctúan. En cuanto al derecho de retracto, manifestó que no lo aplica, porque considera son sus Aliados quienes deben aplicarlo; de manera similar, indicó que no expide factura de venta y que son sus Aliados quienes lo hacen.

En el mismo sentido, manifestó que dada la emergencia social causada en el país por el COVID-19, se han presentado aumentos y disminuciones en los tiempos de entrega de los pedidos realizados a través de su plataforma RAPPI, lo cual, depende de las variables anteriormente descritas. Referente a la posibilidad de que al consumidor se le pueda devolver el dinero cancelado, en caso de que no se entregue el pedido realizado en el tiempo informado, **RAPPI S.A.S.** mencionó que no es posible, porque el tiempo de entrega informado es un tiempo estimado y no exacto; en caso de que el consumidor no reciba el producto solicitado, señaló que si hay lugar a la devolución del dinero, la cual puede ser inmediata cuando el reembolso se realiza a través Rappipay o hasta de 30 días hábiles cuando la devolución se tramita a una tarjeta de crédito.

Finalmente, **RAPPI S.A.S.** expresó que dispone de un botón de soporte, ubicado en el menú principal de la plataforma, para que los consumidores puedan interponer sus peticiones, quejas y reclamos relacionadas con los pedidos realizados a través de la plataforma RAPPI.

Así pues, **RAPPI S.A.S.** aportó como soporte documental de su respuesta, una (1) captura de pantalla de la información suministrada al consumidor en relación con los tiempos de entrega, un (1) video de ingreso al botón de soporte y una (1) relación en Excel de las peticiones, quejas y reclamos recibidas del 1 al 10 de marzo de 2020, asociadas a tiempos de entrega.

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

*“(…)*

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

*2. Informar qué protocolos tenía dispuestos para cumplir con todas las solicitudes realizadas por los consumidores con ocasión del día de la madre.*

*3. Informar cuál fue el procedimiento utilizado para establecer los tiempos estimados en la entrega de los productos y/o servicios para el día 10 de mayo del 2020.*

*4. Indicar qué inconvenientes surgieron al momento de cumplir con todas las solicitudes realizadas por los consumidores el día 10 de mayo de 2020.*

*5. Informar detalladamente de qué manera los consumidores podían rastrear o hacer seguimiento a las compras realizadas mediante la plataforma.*

*6. Explicar de qué manera se informó a los consumidores sobre la disponibilidad, en tiempo real, de los productos, así como las variaciones en los tiempos inicialmente anunciados. (Allegar las pruebas que sustenten su respuesta)*

*7. Aportar en formato Excel (.xls) la relación de peticiones, quejas y reclamos presentadas por los consumidores con ocasión al presunto incumplimiento en relación con los productos adquiridos a través de la plataforma el día 10 de mayo del 2020.*

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

8. Explicar cuáles fueron las soluciones brindadas a los consumidores por el presunto incumplimiento respecto de las compras realizadas a través de la plataforma el 10 de mayo del 2020.

9. Especificar cuál fue el procedimiento establecido para que los consumidores pudieran ejercer el derecho de retracto e indicar qué información y a través de qué medios se suministró sobre el particular.

10. Allegar copia de veinte (20) solicitudes de retracto presentadas el día 10 de mayo del 2020 y su correspondiente respuesta.

11. Informar si el día 10 de mayo del 2020, recibió solicitudes de reversión de pago, en caso afirmativo remitir reporte de las mismas indicando los motivos de presentación.

12. Remitir un informe en el cual se discrimine lo siguiente:

- El número de consumidores a los cuáles se les debitó el valor del producto y/o servicio solicitado, pero no les fue entregado.
- El número de consumidores a los cuáles se les entregó el producto solicitado en un término distinto al previamente informado.
- El número de consumidores a los cuáles se les entregaron de manera incompleta los productos solicitados.
- El número de consumidores que han solicitado la devolución del dinero.

13. Aportar todos los soportes que den cuenta de la devolución del dinero a los consumidores que se les incumplió con la entrega de los productos el día 10 de mayo de 2020.  
(...)"

11.1. Que el día 21 de mayo de 2020, **RAPPI S.A.S.** presentó su respuesta al requerimiento mediante el radicado 20-119287-1, en el que mencionó que para el día de la madre tenía previsto que las ordenes realizadas a través de la plataforma RAPPI incrementarían de doscientas mil (200.000) a trescientas mil (300.000), por lo cual, preparó junto a sus Aliados, unas medidas como lo fueron, el aumento de personal en los restaurantes y de RAPPITENDEROS para atender el incremento de demanda, la implementación en la plataforma del aviso de "no disponible", visible para los consumidores, de los restaurantes que estaban saturados, lo cual se determinó teniendo en cuenta el aumento de tiempo del RAPPITENDERO en los restaurantes y el aumento de tiempo en la preparación de las órdenes y los lugares donde había aglomeración de RAPPITENDEROS, el disponer de cuarenta (40) brigadistas quienes debían verificar que los Aliados y RAPPITENDEROS cumplieran con los distanciamientos y protocolos de bioseguridad.

Posteriormente, explicó que el día 10 de mayo de 2020, calculó el tiempo de entrega de las órdenes, teniendo en cuenta la cantidad de RAPPITENDEROS que estaban disponibles en el momento en que el consumidor realizó el pedido, la capacidad operativa de los Aliados, la demanda de órdenes por parte de los consumidores y las distancias entre el punto de recogida y el punto de entrega.

En igual sentido, **RAPPI S.A.S.** informó que de las 11:45 a las 18:00 horas del día 10 de mayo de 2020, en el marco de la celebración del día de la madre en Colombia, se presentaron los siguientes inconvenientes relacionados con los pedidos realizados a través de su plataforma:

"(...)

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

(...)"

Frente a lo cual, indicó que con la finalidad de soportar la carga de navegación prevista para el día 10 de mayo de 2020, mejoró con anticipación su capacidad tecnológica, de almacenamiento de datos y caché, no obstante, se superó dos (2) veces la utilización prevista de los cachés, lo cual generó una alerta que manifiesta, fue atendida mediante la creación de una nueva capa de caché



Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

cuatro (4) veces más grande a la inicialmente prevista, sin embargo, mencionó que la carga recibida por la plataforma fue acelerada en corto plazo, por lo que la primera capa de caché dejó de funcionar y le tocó activar los procesos para la recuperación de la información de la base de datos y para acceder a esa capa del caché, lo cual generó la caída de la Plataforma RAPPI. Así las cosas, indicó que luego de observar las métricas de utilización del caché y de verificar que se encontraba comprometida la operación de la plataforma, activó un nuevo protocolo para operar de manera “degradada” el cual solo permitía el ingreso de un pequeño porcentaje de órdenes, así como un protocolo para solucionar los inconvenientes presentados y para activar la plataforma de manera gradual, que asegurará el completar la entrega de una gran cantidad de órdenes. Finalmente, señaló que la plataforma RAPPI se restableció completamente a las 18:00 horas.

En relación con el seguimiento que el consumidor puede realizar al pedido realizado, **RAPPI S.A.S.** expresó que está ubicado en la parte superior de la plataforma un botón denominado “*Pedido en curso*” a través del cual, pueden rastrear su pedido, en el que se le informa, entre otras cosas: la aceptación de la orden por parte del Aliado, la aceptación de la orden por parte de un RAPPITENDERO y la ubicación del RAPPITENDERO.

Acto seguido, **RAPPI S.A.S.** expresó que la información que suministra a los consumidores sobre la disponibilidad de productos, depende de la información que sus Aliados le proporcionan de manera permanente. Respecto del tiempo de entrega, indicó que informa una hora estimada de entrega, la cual puede cambiar dependiendo de las demoras, saturaciones y/o inconvenientes en la cocina del Aliado, demoras y/o inconvenientes del RAPPITENDERO en encontrar el punto de venta del Aliado o el punto de entrega de la orden y que a medida que el tiempo inicialmente informado varía, va actualizando el tiempo que se observa en la plataforma, sin embargo, el día 10 de mayo de 2020, día de la madre en Colombia, la plataforma no estuvo en la capacidad de actualizar correctamente los tiempos de entrega inicialmente informados e incluso, algunos consumidores ni siquiera podían observar el estado de la orden realizada.

En igual sentido, señala que debido a los inconvenientes presentados el día 10 de mayo de 2020 con la plataforma, **RAPPI S.A.S.**, publicó unos avisos con los cuales buscaban enterar a los consumidores de lo sucedido y enviaron un correo electrónico, piezas publicitarias que se reproducen a continuación, modo de ilustración:

Imagen No. 1



Imagen No. 2



Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

Imagen No. 3

**Queremos pedirte disculpas.**

Lamentamos mucho los inconvenientes,  
ya los hemos arreglado para seguir funcionando  
normalmente y seguir brindando el mejor  
servicio para ti.

Este domingo 10 de mayo no hemos podido ser el Rappi de siempre. El día de la madre, junto con la cuarentena, produjeron una demanda tres veces más alta que la de un domingo normal. Esta situación no nos permitió estar a tu lado como siempre hemos estado.

Entendemos que hoy no era un domingo como cualquier otro, no solo porque celebramos el día de esas mujeres maravillosas que hacen parte de nuestras vidas, sino porque la situación actual nos obligó a celebrarlo en casa y, en muchos casos, lejos de ellas.

Queremos seguir estando a tu lado. Queremos crecer junto a ti. Queremos ofrecerte el mejor aliado para el día a día de tu vida. Queremos que te dediques a lo que más amas para que nosotros podamos seguir haciendo lo que más amamos: **servirte cada día mejor.**

Sinceramente,

**Matías Laks**

**Country Manager Rappi Colombia**

De la misma manera, manifestó que brindó a los consumidores como solución a los inconvenientes presentados con su plataforma RAPPI el día 10 de mayo de 2020, el reembolso del cien por ciento (100%) del valor debitado de los pedidos que no fueron entregados. Adicionalmente, comunicó lo sucedido a través del correo electrónico reproducido en la imagen número 3 del presente acto administrativo, el cual fue enviado a cerca de treinta y cuatro mil (34.000) usuarios, así como llamadas telefónicas que realizó a los consumidores con los que se presentó los inconvenientes y de sus redes sociales.

Asimismo, **RAPPI S.A.S.** informó que “(...) dentro de la Plataforma se encuentra disponible la posibilidad de realizar el retracto de este producto en cualquier momento.”, y que a dieciocho mil ochocientos (18.800) consumidores se les debitó el valor de la orden que realizaron y no se les entregó el pedido.

Finalmente, aportó junto a su respuesta: **i.** Un (1) archivo en Excel que contiene la relación de las peticiones, quejas y reclamos recibidas con ocasión a los presuntos incumplimientos ocurridos el día 10 de mayo de 2020, las soluciones brindadas a los consumidores, los consumidores a los se les entregó el producto solicitado fuera del tiempo informado y los consumidores a los cuales se les entregaron los productos de manera incompleta, **ii.** Una (1) relación en Excel de las solicitudes de reversión de pago recibidas, **iii.** Una (1) relación en Excel de las anulaciones de transacciones llevadas a cabo el día 10 de mayo de 2020, **iv.** Una (1) relación en Excel de las órdenes del 10 de mayo de 2020 con reembolso en Rappipay, **v.** Una (1) relación en Excel de las órdenes reversadas el 10 de mayo de 2020 y, **vi.** Un (1) documento en PDF con el total de las órdenes reversadas el 10 de mayo de 2020.

**DÉCIMO SEGUNDO:** Que el día 27 de abril de 2020, esta Dirección, adelantó una visita de inspección administrativa a las siguientes páginas web: <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataformarappi-2/>, <http://www.rappi.com.co/> (redes sociales Instagram y Facebook), <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataformavirtual-rappitendero/> y <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones/>, con la finalidad de verificar la información depositada en éstas. Inspección que quedo registrada en informe radicado bajo número 19-198723-10.

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

**DÉCIMO TERCERO:** Que de conformidad con la información descrita en los anteriores considerandos y en atención a que se encuentran en curso siete (07) actuaciones preliminares en contra de **RAPPI S.A.S.**, identificadas con los números de radicado 19-198723, 19-293571, 19-297219, 20-16890, 20-66537, 20-119287 y 19-302676, resulta procedente en virtud del artículo 36 de la Ley 1437 de 2011<sup>1</sup>, acumular las actuaciones anteriormente relacionadas bajo el número de radicado 19-198723.

**DÉCIMO CUARTO:** Que del análisis preliminar de la documentación e información recaudada con ocasión a las averiguaciones preliminares, esta Dirección advierte en relación con **RAPPI S.A.S.**, con Número de Identificación Tributaria 900.843.898-9, lo siguiente:

**14.1 Imputación fáctica No. 1: Presunto incumplimiento al artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, por una posible falta de calidad en la prestación del servicio.**

Esta Dirección se ocupará de verificar si **RAPPI S.A.S.**, ha vulnerado lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, el cual establece, en relación con la calidad en la prestación del servicio, lo siguiente:

*“Artículo 6. Calidad, idoneidad y seguridad de los productos. Todo productor debe asegurar la idoneidad y seguridad de los bienes y servicios que ofrezca o ponga en el mercado, así como la calidad ofrecida. En ningún caso estas podrán ser inferiores o contravenir lo previsto en reglamentos técnicos y medidas sanitarias o fitosanitarias. El incumplimiento de esta obligación dará lugar a:*

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

A su vez, el numeral 1 del artículo 5 de la ley 1480 de 2011, define la calidad, así:

*“Artículo 5. Definiciones. Para los efectos de la presente ley, se entiende por:*

1. Calidad: Condición en que un producto cumple con las características inherentes y las atribuidas por la información que se suministre sobre él.
- (...)”

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

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

MOTIVO	CANTIDAD
Me cancelaron mi pedido y me cobraron	162
Dudas con el cobro	58
Incidente grave con mi repartidor	29
Incidente con mi repartidor	14
Mi cuenta esta bloqueada	9
No aplicó promoción	8
Mi pedido no fue entregado	7
Posible fraude	5

<sup>1</sup> LEY 1437 DE 2011 “Por el cual se expide el código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo”

**“ARTÍCULO 36. FORMACIÓN Y EXAMEN DE EXPEDIENTES.** Los documentos y diligencias relacionados con una misma actuación se organizarán en un solo expediente, al cual se acumularán, con el fin de evitar decisiones contradictorias, de oficio o a petición de interesado, cualesquiera otros que se tramiten ante la misma autoridad.

Si las actuaciones se tramitaren ante distintas autoridades, la acumulación se hará en la entidad u organismo donde se realizó la primera actuación. Si alguna de ellas se opone a la acumulación, podrá acudir, sin más trámite, al mecanismo de definición de competencias administrativas.

Con los documentos que por mandato de la Constitución Política o de la ley tengan el carácter de reservados y obren dentro de un expediente, se hará cuaderno separado.

Cualquier persona tendrá derecho a examinar los expedientes en el estado en que se encuentren, salvo los documentos o cuadernos sujetos a reserva y a obtener copias y certificaciones sobre los mismos, las cuales se entregarán en los plazos señalados en el artículo 14.”

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

¿Qué debo hacer si mi cuenta está bloqueada?	4
Necesito ayuda	4
Producto llegó en mal estado	4
No puedo utilizar mi RappiPay	4
Mi pedido llegó incompleto	2
Deuda por efectivo recibido	2
No veo mi RappiPay en el balance	2
No veo reflejado mi saldo	2
Pedido diferente	1
Queja por otra orden	1
Cobro no reconocido	1
Confirmación registro de llamada	1
Eliminar notificaciones de la app	1
RAPPIFAVOR	1
Falla en cobro de rappifavor	1
Cancelación Rappifavor	1
Delivery delay	1
Queja sobre la cuenta	1
No aplicó Rappiprime en mi pedido	1
Inconveniente con mi orden de expovinos	1
No puedo ingresar a RappiPay	1
Cancelación	1
<b>TOTAL</b>	<b>330</b>

Así las cosas, observa esta Dirección de la relación de las peticiones, quejas y reclamos citada en líneas precedentes, que **RAPPI S.A.S.** recibió del 1 de julio al 10 de diciembre de 2019, trescientas treinta (330) peticiones, quejas y reclamos relacionadas con la prestación del servicio RAPPIFAVOR, las cuales estuvieron motivadas, en su mayoría, en la cancelación del servicio por parte de **RAPPI S.A.S.**, la no devolución del dinero cuando el servicio no se prestó, fallas en el cobro e incidentes con los repartidores por doble cobro (pago electrónico y pago en efectivo), por no entrega o entrega en mal estado del pedido, no aplicación de promociones ni de pagos con *Rappicréditos* y pérdida de los productos que se envían a través del RAPPIFAVOR.

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

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

**14.1.2.** En el mismo sentido, al analizar la relación de las peticiones, quejas y reclamos recibidas del 1 de enero al 24 de diciembre de 2019 aportada por **RAPPI S.A.S.** a través del radicado 19-198723-9 (marcado como confidencial), se evidencia que recibieron un total de cincuenta y cinco mil novecientos sesenta y cinco (55.965), quejas motivadas en su mayoría, por cancelaciones por parte de **RAPPI S.A.S.** de los pedidos realizados por los consumidores, la no entrega, la entrega incompleta o la entrega en mal estado, la entrega de un producto diferente al solicitado e inconvenientes con el cobro por la prestación del servicio.

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

**14.1.3.** Que esta Dirección requirió de oficio a **RAPPI S.A.S.** con la finalidad de conocer el funcionamiento de la plataforma y las alternativas implementadas para asegurar el cumplimiento de las características atribuidas a su servicio de comercialización y entrega.

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

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

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

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

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

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

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

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

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

*(...)*

*(2) Comunicación por correo electrónico a toda la base de usuarios de la Plataforma que sufrió un inconveniente, es decir, aproximadamente treinta y cuatro mil (34.000) usuarios.*



Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

*Rappi se comunicó directamente con los usuarios sin necesidad de que ellos instauraran una PQR;*

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

*(4) Social listening a través de redes sociales para identificar usuarios impactados e inmediatamente proceder a brindarles una solución.*

*(...)*

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

**14.1.5.** Por otra parte, evidencia esta Dirección una presunta falla de calidad sobre el servicio que presta **RAPPI S.A.S.**, respecto de la venta y entrega de bebidas alcohólicas, por cuanto, dicho servicio al parecer no garantiza que los menores de edad no tengan acceso a este tipo de productos, lo cual se corrobora a partir de la información y documentación aportada por la investigada a través del radicado 19-198723-9 (marcado como confidencial), en donde se evidencia que, si bien es cierto, en los términos y condiciones que tiene implementados para la comercialización de bebidas alcohólicas, informa a los consumidores que no es responsable de su consumo por parte de menores de edad y que en su aplicación móvil, emite un mensaje informativo en el que indica al consumidor que debe ser mayor de edad para poder adquirir una bebida alcohólica, así como que el RAPPITENDERO cuando va a entregar algún producto nocivo para la salud, debe registrar en la aplicación móvil si el consumidor que recibe el producto esta sobrio o no y la fecha de nacimiento de éste, no es menos cierto que, al realizar una inspección al sitio web <http://www.rappi.com.co/> el día 13 de enero de 2020, radicada con el número 19-198723-6, se encontró que cuando un consumidor desea adquirir un producto nocivo para la salud, como lo es una bebida alcohólica o un producto de tabaco, **RAPPI S.A.S.** le pregunta, de manera textual “¿Eres mayor de edad? SI NO” y al seleccionar “no” el producto no se deja agregar al carrito de compras, pero al dar clic sobre el “sí”, el producto es agregado al carrito de compras, sin que se observe que la investigada valide la veracidad de lo escogido por el consumidor, sin que se pregunte la edad del mismo y sin que se confirme que efectivamente quien desea adquirir el producto, es una persona mayor de edad.

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

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

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

**14.2. Imputación fáctica No. 2: Presunto incumplimiento a los artículos 23, 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011 en concordancia con lo establecido en el numeral 2.1.2.4 de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio.**

Esta Dirección se ocupará de verificar si **RAPPI S.A.S.** ha vulnerado lo dispuesto en los artículos 23, 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011 en concordancia con lo establecido en el numeral 2.1.2.4 del

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

Capítulo 2 del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Teniendo en cuenta lo anterior, el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011, ha establecido el deber de los proveedores y productores de suministrar la siguiente información mínima:

**“Artículo 23. Información mínima y responsabilidad.** Los proveedores y productores deberán suministrar a los consumidores información, clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que ofrezcan y, sin perjuicio de lo señalado para los productos defectuosos, serán responsables de todo daño que sea consecuencia de la inadecuada o insuficiente información.  
(...)”

De igual forma, los artículos 29 y 30 de la citada ley, estipulan en relación con la publicidad, que:

**“Artículo 29. Fuerza vinculante.** Las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad obligan al anunciante, en los términos de dicha publicidad.”

**“Artículo 30. Prohibiciones y responsabilidad.** Está prohibida la publicidad engañosa. El anunciante será responsable de los perjuicios que cause la publicidad engañosa. El medio de comunicación será responsable solidariamente solo si se comprueba dolo o culpa grave. En los casos en que el anunciante no cumpla con las condiciones objetivas anunciadas en la publicidad, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, deberá responder frente al consumidor por los daños y perjuicios causados.”

Lo anterior, en concordancia con el numeral 2.1.2.4 del Capítulo 2 del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio, que establece, respecto de la propaganda comercial de productos nocivos para la salud:

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

Así las cosas, del análisis que esta Dirección realizó a las piezas publicitarias de bebidas alcohólicas aportadas por la investigada, mediante USB radicada con el número 19-198723-9, en respuesta al requerimiento que se le realizó mediante los radicados 19-198723-2, 19-198723-3, 19-198723-5, 19-198723-7 y 19-198723-8, para que suministrará las pautas publicitarias de bebidas alcohólicas emitidas durante los últimos seis (6) meses a través del portal RAPPI, se advierte que en la propaganda de productos nocivos para salud, como lo son las bebidas alcohólicas, emitidas por la investigada, no se indica de manera clara sobre la necesidad de consultar las condiciones para su uso correcto y las contraindicaciones, lo cual, se puede observar en las imágenes aportadas por la investigada y que a modo de ejemplo, se reproduce a continuación:

Imagen No. 4; Aportada por Rappi S.A.S. en Anexo 2; Rad. 19-198723-9



Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

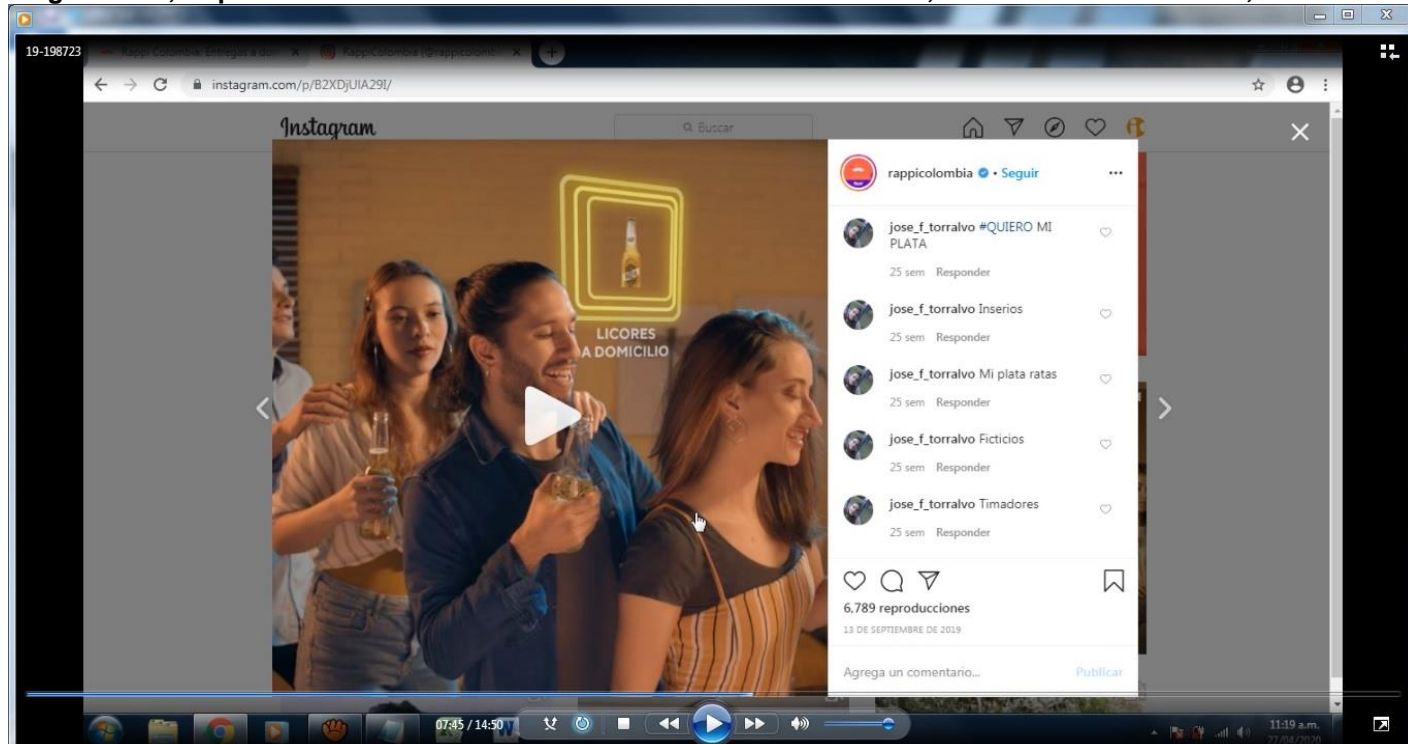
Imagen No. 5; Aportada por Rappi S.A.S. en Anexo 2; Rad. 19-198723-9



El exceso de alcohol es perjudicial para la salud. Prohibase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad

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

Imagen No. 6; Captura tomada de la visita realizada el 27 de abril de 2020; Radicado: 19-198723-10; Minuto 07:45



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



Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

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

### 14.3. Imputación fáctica No. 3: Presunto incumplimiento a los literales c) y d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el artículo 23 de la misma norma.

Esta Dirección se ocupará de verificar si **RAPPI S.A.S.**, ha vulnerado lo dispuesto en los literales c) y d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en el que se describen las obligaciones de los proveedores que ofrezcan productos a través de medios electrónicos, así:

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

*(...)*

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

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

*(...)” (Negrilla y subrayado fuera de texto original)*

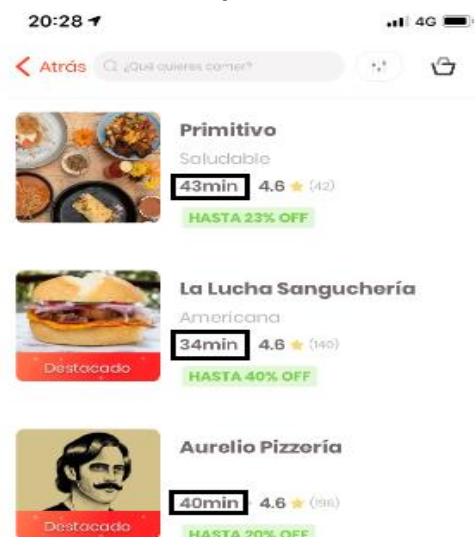
*“Artículo 23. Información mínima y responsabilidad. Los proveedores y productores deberán suministrar a los consumidores información, clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que ofrezcan y, sin perjuicio de lo señalado para los productos defectuosos, serán responsables de todo daño que sea consecuencia de la inadecuada o insuficiente información.*

*(...)”*

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

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

Imagen No. 7; Anexo 1 extracto de la respuesta de RAPPI S.A.S.; Radicado: 20-66537-1



Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

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

Lo expuesto, también se puede observar de la relación de las peticiones, quejas y reclamos recibidas por la investigada, por demoras en la entrega de los pedidos del 1 al 10 de marzo de 2020, radicada bajo el número 20-66537-1, teniendo en cuenta que en varias de las trescientas cincuenta y un (351) PQRS, los consumidores manifiestan de manera expresa que la entrega de su orden se dio después del que el tiempo de entrega informado en la plataforma, caducará.

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

*“(…) Para informar que el pedido que hice lo espere más de 2 horas para que por favor haga un plan de mejora en la entrega o que **al menos le informe a uno que se demora todo ese tiempo** me toco escribir que pasaba con el pedido porque si no el tiempo de espera hubiera sido más Gracias.” [sic] (Negrilla fuera de texto)*

*“(…) Realic [sic] un pedido a MarsBurgers Provenza a las 12:30 y **me programaron la entrega para la 1:06. Son las 2:00 p.m. Y nada que ha llegado mi pedido** [sic]. Por favor, tomen las medidas pertinentes para que los usuarios no sigamos llevndonos [sic] malas experiencias en nuestra utilizacin [sic] de su servicio. (…)” (Negrilla fuera de texto)*

*“Se **demor** [sic] 40 **min más** de lo esperado y llego frio” (Negrilla fuera de texto)*

*“Buenas tardes de nuevo me comunico con ustedes porque el servicio es una vergenza [sic] **si la aplicacin [sic] dice q [sic] se demora 50 min, son 50 min q [sic] espero pero si es hora y media no!** Adicionalmente, la comida lleg [sic] en mal estado y fra! [sic, por fría] Yo estoy pagando por un buen servicio y requiero q me vuelvan [sic] mi plata ya es la segunda vas [sic] en menos de 15 das q [sic] me pasa y no quiero me salgan con regalos pendejos como la vez pasada” (Negrilla fuera de texto)*

*“Hola buenas tardes. El pedido tuvo dos problemas, el primero, **se demor [sic] mucho ms de lo que haban [sic] prometido en un principio, tenis [sic] que llegar a las 5:07 y lleg [sic] casi a las 6.** Y en el plato de fetuccini con mariscos y palmitos de cangrejo, me agregaron pollo en ves [sic] de palmitos” (Negrilla fuera de texto)*

*“**El pedido se demor [sic] el doble del tiempo que estipulaba la plataforma.** Cuando me puse en contacto con el rappi via [sic] chat no respondi [sic] mis mensajes.” (Negrilla fuera de texto)*

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

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

Igualmente, **RAPPI S.A.S.** señaló en su respuesta que el tiempo de entrega que inicialmente informó a los consumidores el día 10 de mayo de 2020, cambió, pero que debido a los inconvenientes tecnológicos presentados ese día, la plataforma no estuvo en la capacidad de actualizar los tiempos



Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

de entrega inicialmente informados, de conformidad con las modificaciones y variaciones acontecidas ese día, lo que provocó que los consumidores no pudiesen tener acceso a información correcta y oportuna, sobre la hora de entrega de su pedido, al expresar de manera textual, que:

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

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

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

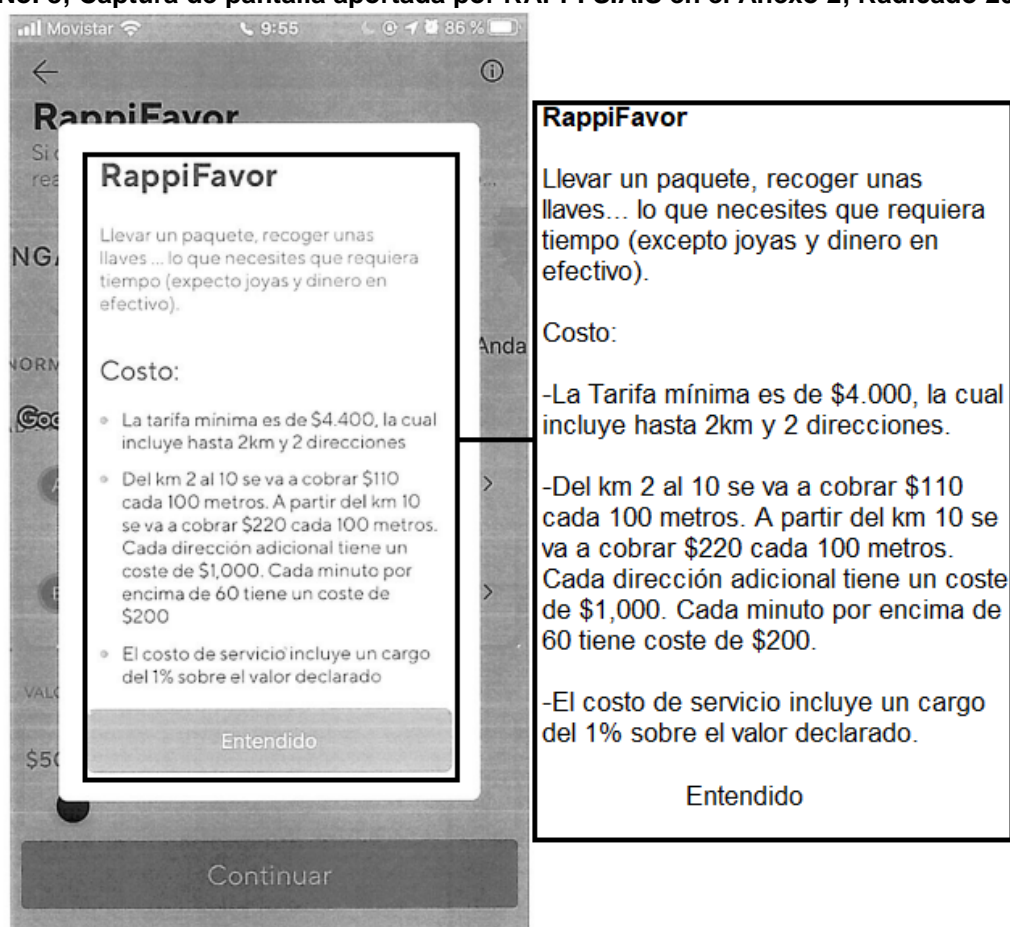
Cuando pasa un evento de esta naturaleza, se modifica el tiempo estimado de entrega del pedido y el usuario puede ver el cambio reflejado en la pantalla donde se ve el estado actual de la orden en tiempo real.

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

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

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

**Imagen No. 8; Captura de pantalla aportada por RAPPI S.A.S en el Anexo 2; Radicado 20-16890-2**

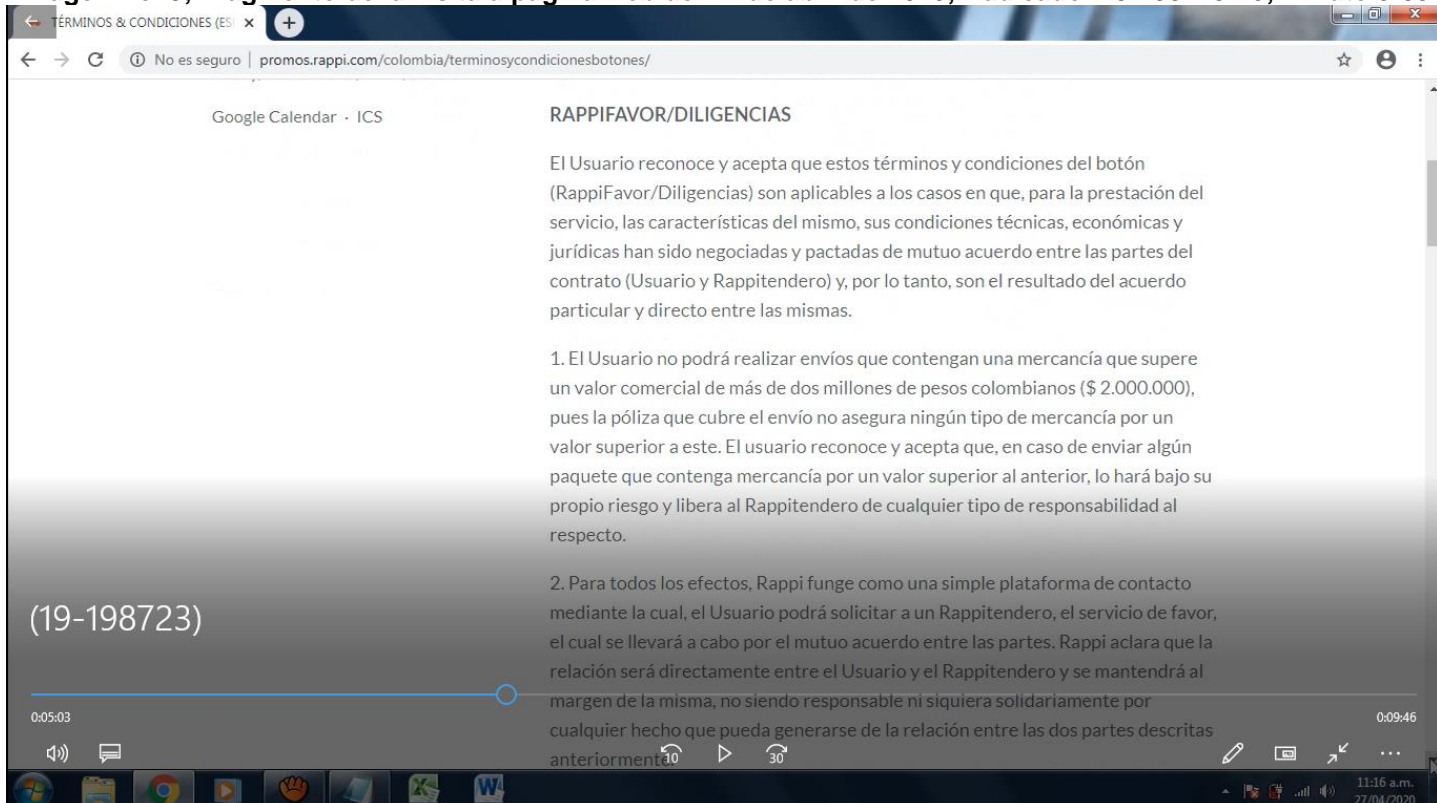


Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

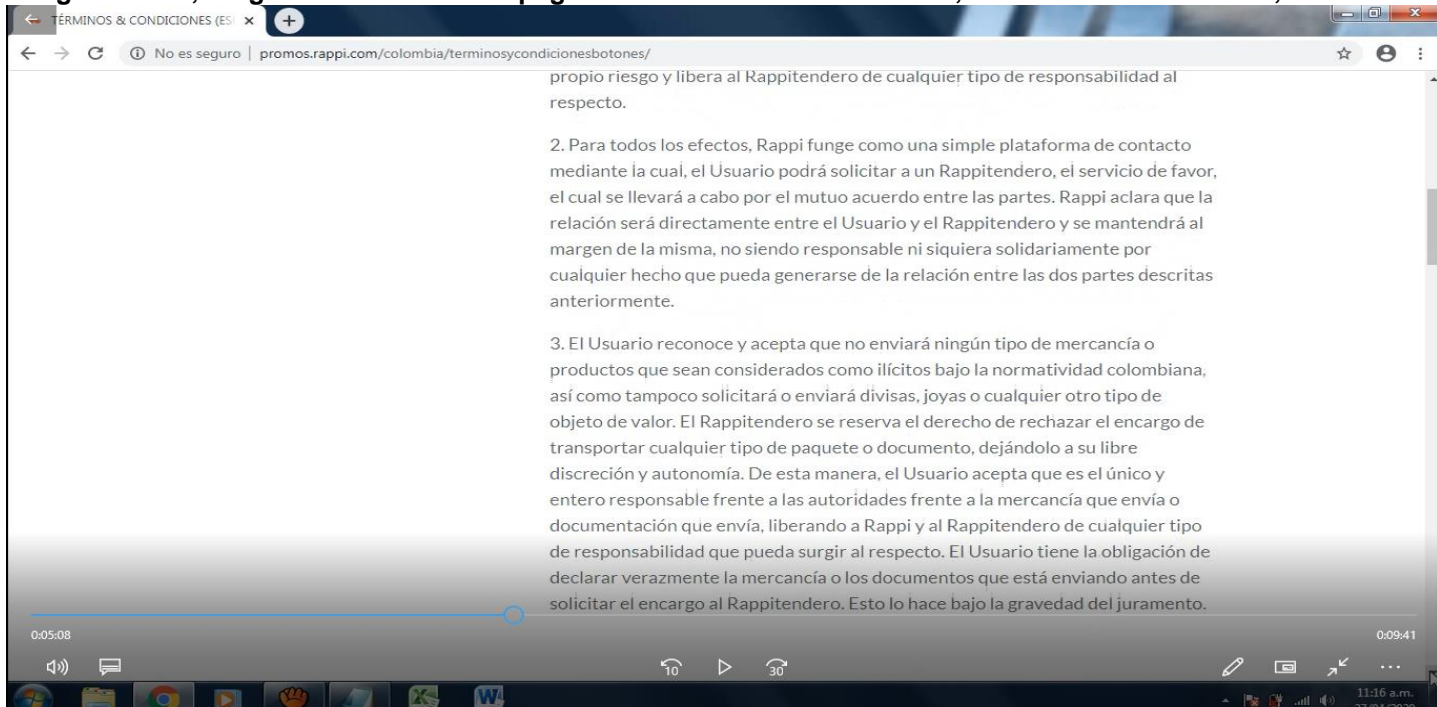
En relación con lo anterior, encuentra esta Dirección que la única información que **RAPPI S.A.S.** suministra a los consumidores a través de su aplicación móvil, referente a las condiciones del servicio RAPPIFAVOR, es la plasmada en la imagen anteriormente reproducida, la cual, corresponde a información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

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

**Imagen No. 9; Fragmento de la visita a página web del 27 de abril de 2020; Radicado: 19-198723-10; Minuto 5:03**



**Imagen No. 10; Fragmento de la visita a página web del 27 de abril de 2020; Radicado: 19-198723-10; Minuto 5:08**



Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

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

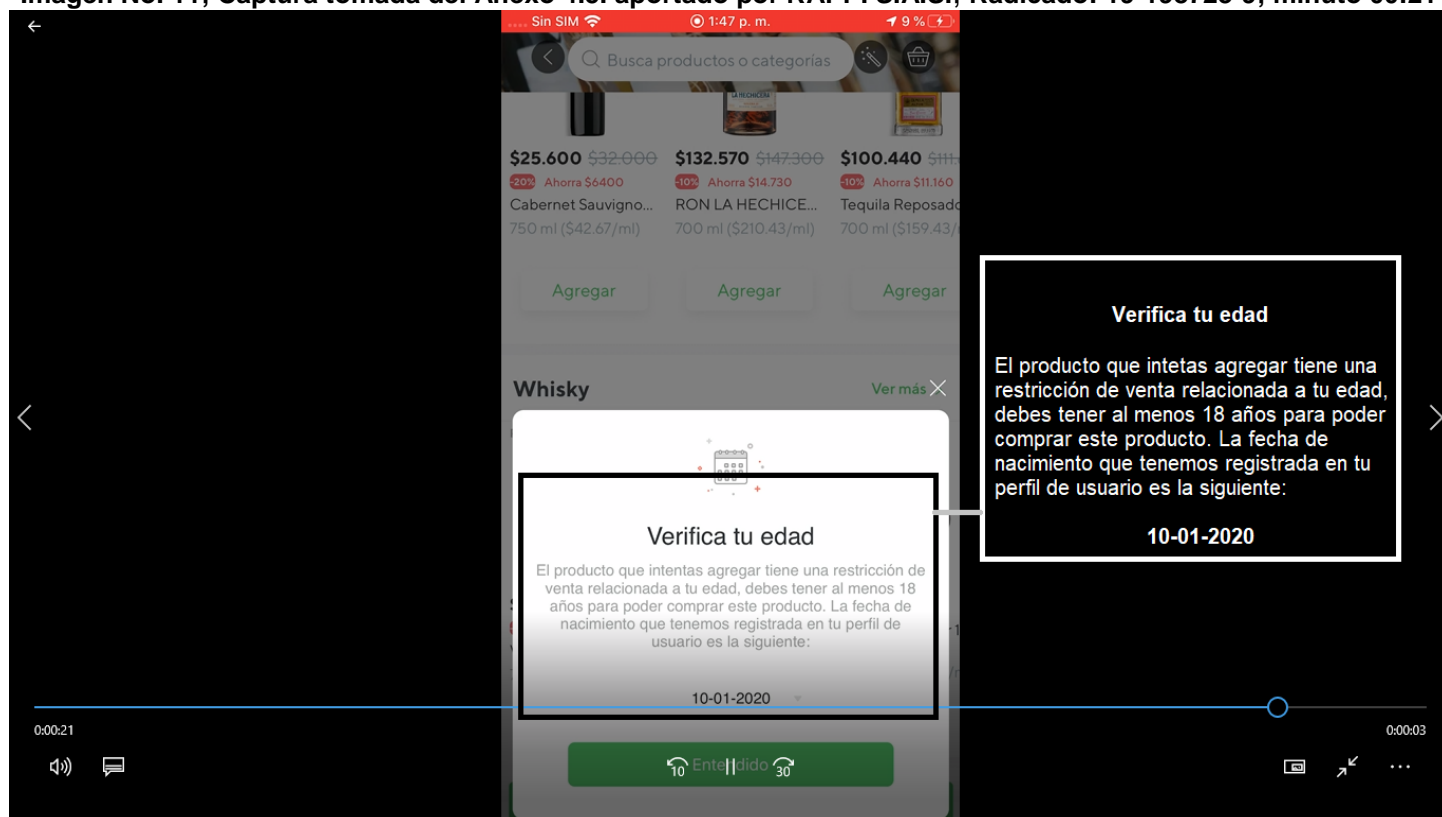
En virtud de lo expuesto, encuentra esta Dirección una presunta infracción por parte de **RAPPI S.A.S.** a las normas de protección al consumidor contempladas en el literal d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, al aparentemente **RAPPI S.A.S.** no tener publicados los términos, condiciones y restricciones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

**14.3.4.** Por otra parte, **RAPPI S.A.S.** informó a través del radicado 19-198723-9, que los términos y restricciones para la comercialización de los productos nocivos para la salud, como lo son las bebidas alcohólicas y los productos de tabaco, se encuentran publicados en los siguientes enlaces: <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataforma-rappi-2/>, <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataforma-virtual-rappitendero/> y <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones>.

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

Lo anterior, por cuanto, si bien es cierto, **RAPPI S.A.S.** manifestó en su respuesta radicada con el número 19-198723-9, que cuando un consumidor va a adquirir una bebida alcohólica a través de la aplicación móvil RAPPI, ésta le emite un mensaje informativo con el cual, le recuerda al consumidor que debe ser mayor de edad, como se muestra en la imagen número 11 del presente acto administrativo, también lo es que **RAPPI S.A.S.**, no indicó si tiene o no publicados en su aplicación móvil, los términos, condiciones y restricciones que tiene implementados para la comercialización de bebidas alcohólicas.

Imagen No. 11; Captura tomada del Anexo 4.5. aportado por RAPPI S.A.S.; Radicado: 19-198723-9; minuto 00:21



Respecto a los términos y condiciones para la comercialización de bebidas alcohólicas, esta Dirección, en la visita de inspección que realizó el día 27 de abril de 2020 a la página web <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones> (Rad. 19-198723-10), encontró que **RAPPI S.A.S.** tiene estipulado que no será responsable por la entrega sin estampilla de una bebida



Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

alcohólica, por el consumo de alcohol por parte de menores de edad, que no es el expendededor de bebidas alcohólicas, entre otras, las cuales se encuentran plasmadas en los dos (2) extractos de la referida visita, que a modo de ilustración se reproducen a continuación:

Imagen No. 12; Fragmento de la visita a página web del 27 de abril de 2020; Radicado: 19-198723-10; Minuto 5:21

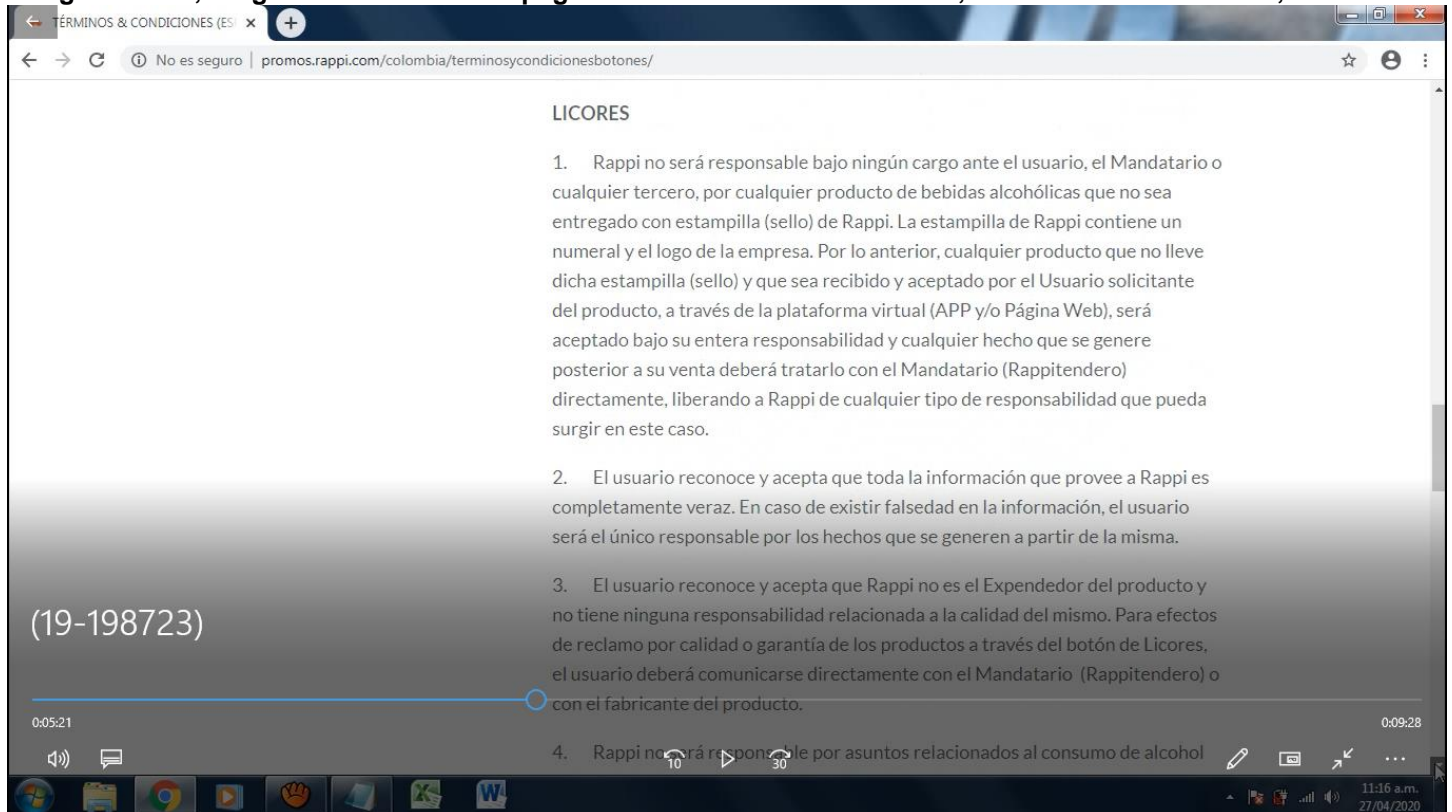
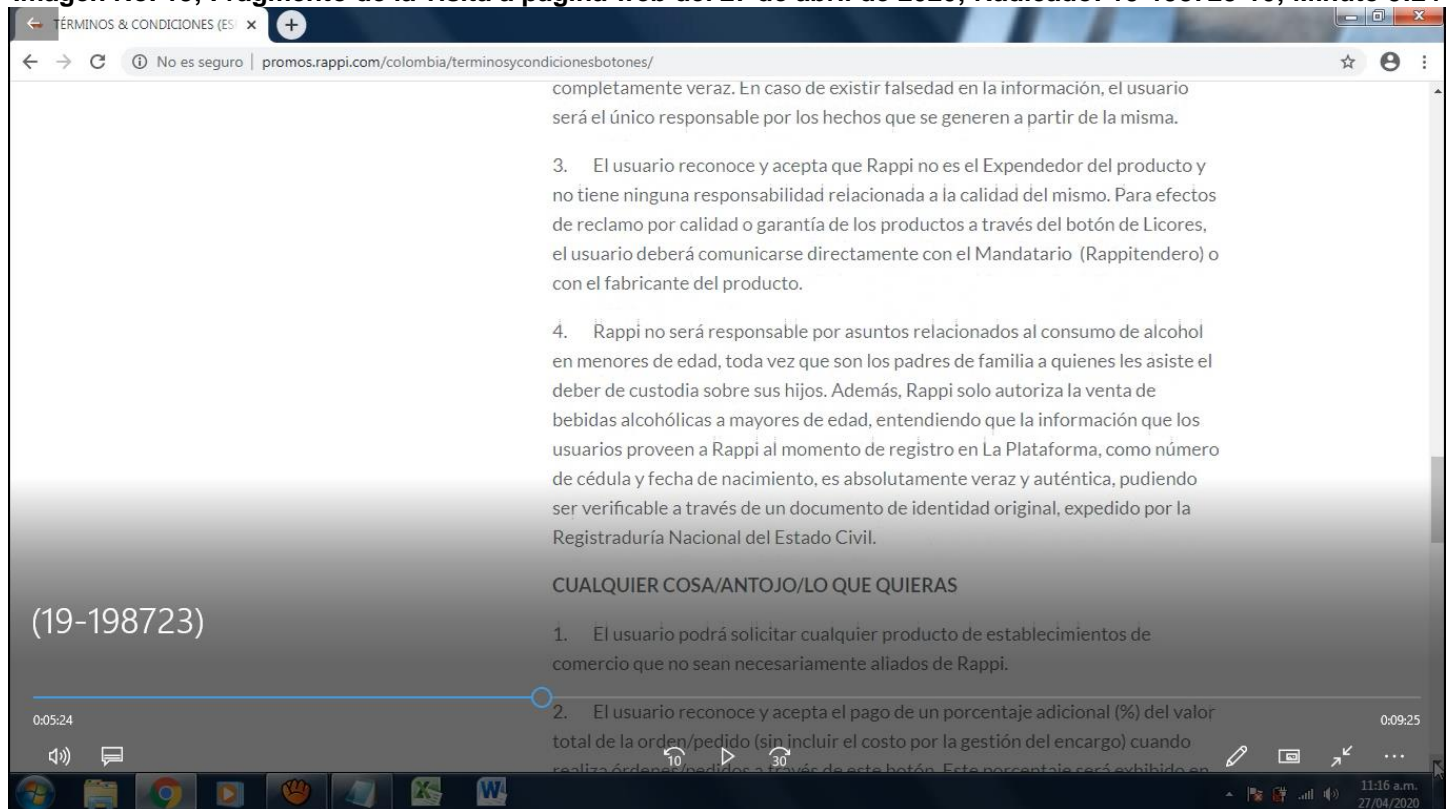


Imagen No. 13; Fragmento de la visita a página web del 27 de abril de 2020; Radicado: 19-198723-10; Minuto 5:24



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

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

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

aplicación móvil RAPPI.

De los anteriores supuestos facticos, esta Dirección deberá verificar si **RAPPI S.A.S.**, en su condición de proveedor de productos a través de medios electrónicos., cumple con las obligaciones previstas en los literales c) y d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el artículo 23 de la misma norma.

**14.4. Imputación fáctica No. 4: Presunta infracción a lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, por la aparente desprotección que brinda al interior de su página web y app a los niños, niñas y adolescentes.**

Esta Dirección se ocupará de verificar si **RAPPI S.A.S.**, ha vulnerado lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, que establece con relación a la protección que el proveedor debe brindar en comercio electrónico a los niños, niñas y adolescentes, lo siguiente:

*“Artículo 52. Protección de los niños, niñas y adolescentes en comercio electrónico. Cuando la venta se haga utilizando herramientas de comercio electrónico, el proveedor deberá tomar las medidas posibles para verificar la edad del consumidor. En caso de que el producto vaya a ser adquirido por un menor de edad, el proveedor deberá dejar constancia de la autorización expresa de los padres para realizar la transacción.”*

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

En virtud de lo expuesto, la investigada suministró a través del radicado 19-198723-9, una captura de pantalla donde están plasmados los términos y condiciones que tiene implementados para la comercialización de bebidas alcohólicas, en la que se indica de manera expresa que **RAPPI S.A.S.** no es responsable del consumo de bebidas alcohólicas por parte de menores de edad, teniendo en cuenta que para ellos, el consumo de alcohol por parte de niños, niñas y adolescentes, es una responsabilidad de los padres de familia, como se observa a continuación:

Imagen No. 14; Captura de pantalla tomada del Anexo 4.2. aportado por RAPPI S.A.S.; Radicado: 19-198723-9

4. Rappi no será responsable por asuntos relacionados al consumo de alcohol en menores de edad, toda vez que son los padres de familia a quienes les asiste el deber de custodia sobre sus hijos. Además, Rappi solo autoriza la venta de bebidas alcohólicas a mayores de edad, entendiendo que la información que los usuarios proveen a Rappi al momento de registro en La Plataforma, como número de cédula y fecha de nacimiento, es absolutamente veraz y auténtica, pudiendo ser verificable a través de un documento de identidad original, expedido por la Registraduría Nacional del Estado Civil.

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



Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

Lo enunciado, se puede observar en las siguientes imágenes aportadas por **RAPPI S.A.S.** y que a modo de ilustración, se reproducen a continuación:

Imagen No. 15; Captura de pantalla aportada por RAPPI S.A.S.; Anexo 4.4.; Radicado: 19-198723-9

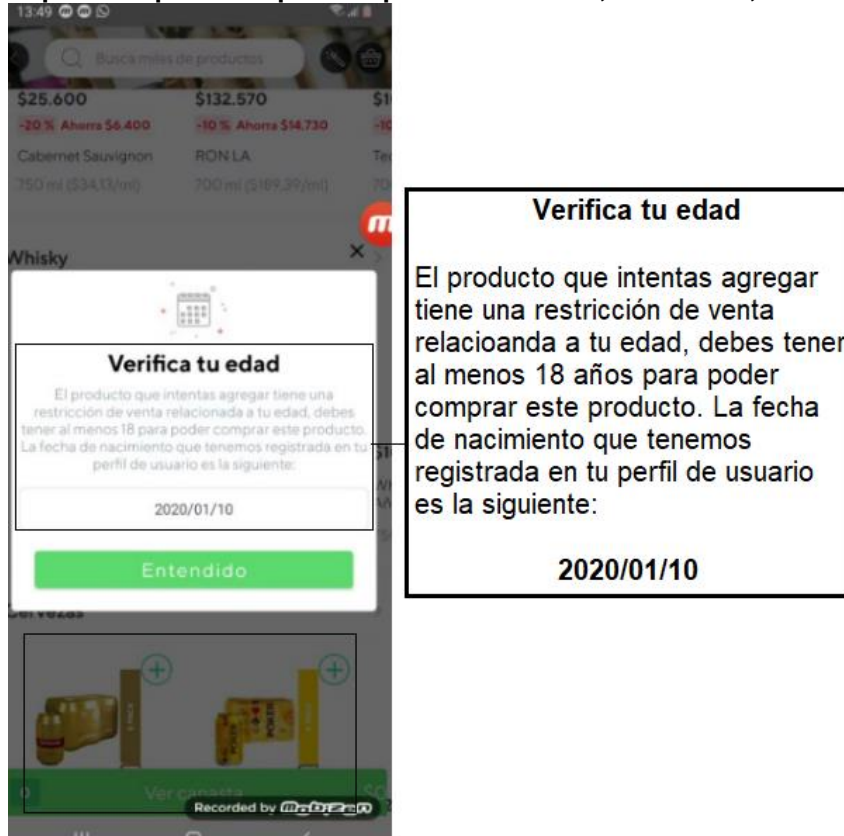
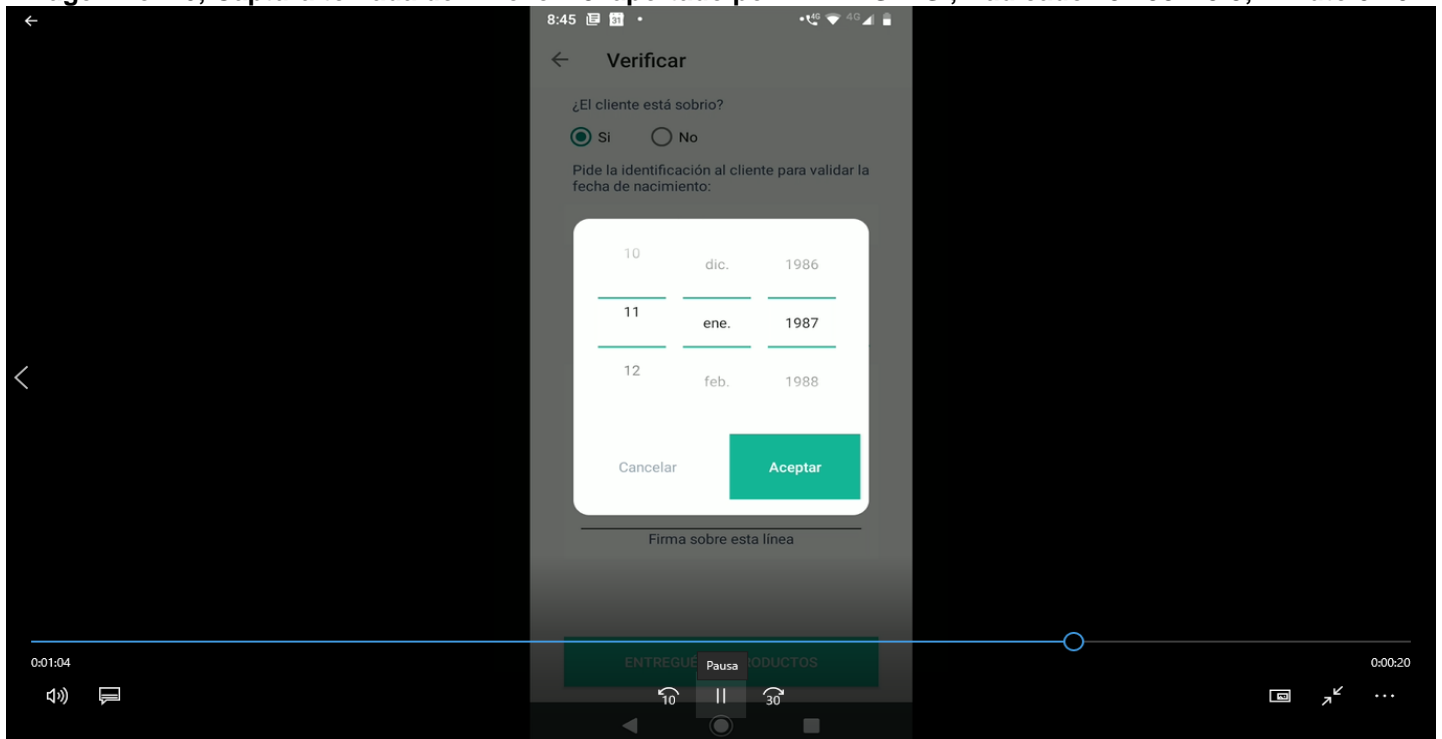


Imagen No. 16; Captura tomada del Anexo 4.5. aportado por RAPPI S.A.S.; Radicado 19-198723-9; minuto 01:04



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

Lo anterior, se puede observar en la secuencia de capturas de pantalla tomadas de la visita de

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

inspección realizada el día 13 de enero de 2020, a la página web: <http://www.rappi.com.co/>, radicada con el número 19-198723-6, que a modo de ilustración se reproducen a continuación:

Imagen No. 17; Captura tomada de la visita realizada el 13 de enero de 2020; Radicado: 19-198723-6; Minuto 12:21

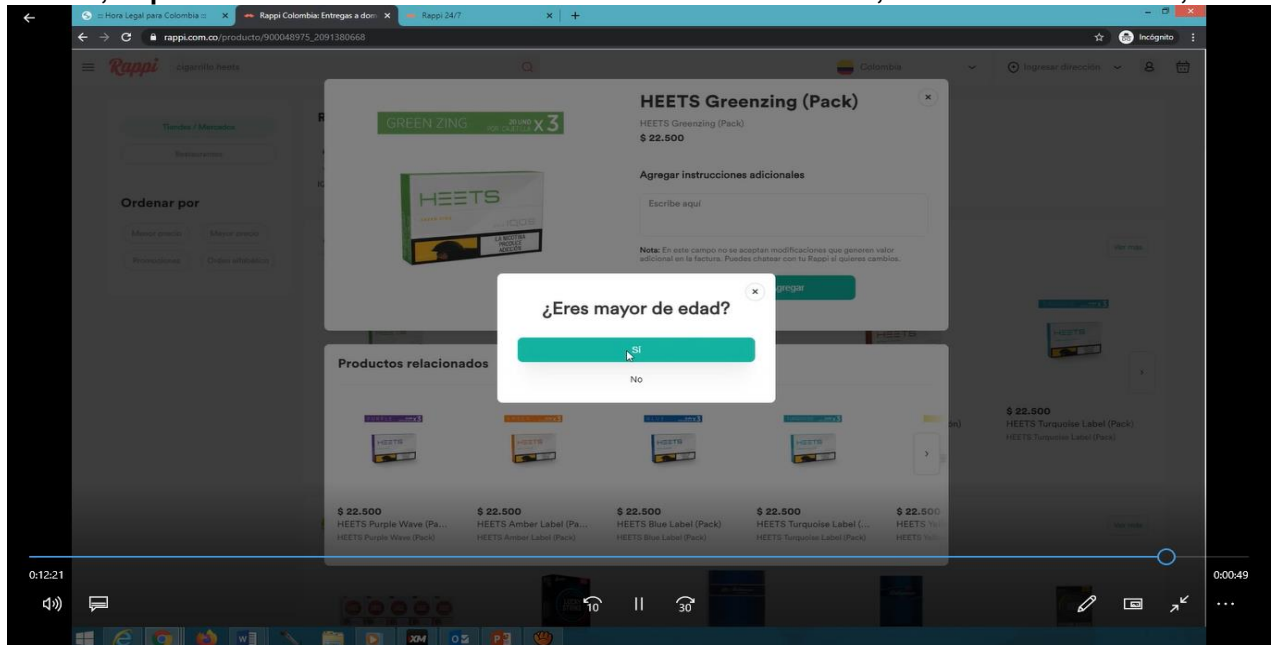


Imagen No. 18; Captura tomada de la visita realizada el 13 de enero de 2020; Radicado: 19-198723-6; Minuto 12:23

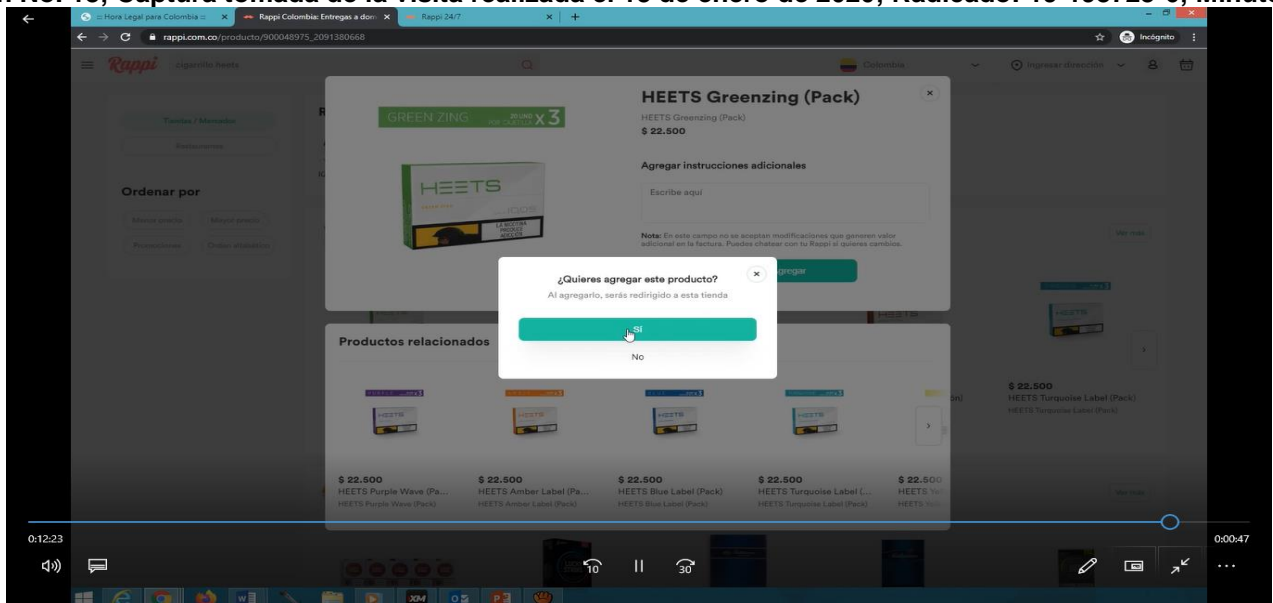
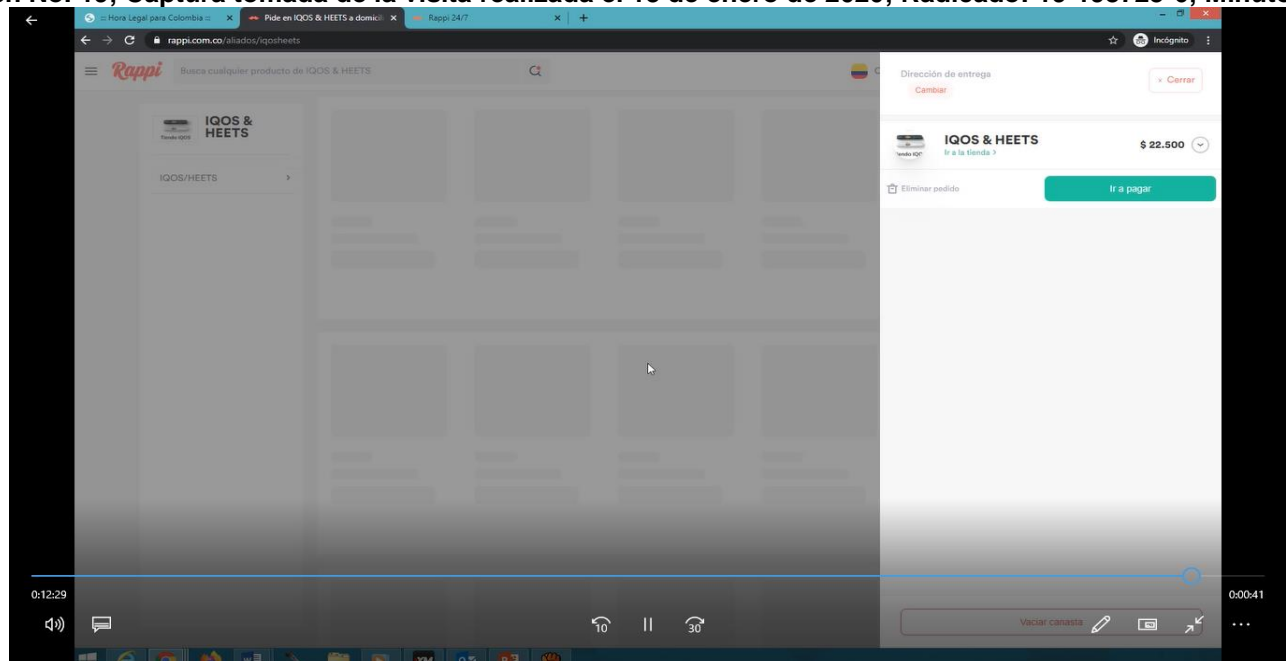


Imagen No. 19; Captura tomada de la visita realizada el 13 de enero de 2020; Radicado: 19-198723-6; Minuto 12:29



Lo expuesto, también lo observó esta Dirección de la queja que la señora **MARÍA MERCEDES DE BRIGARD MERCHAN** en su calidad de fundadora de la Organización No Gubernamental RED

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

PAPAZ, presentó el día 30 de diciembre de 2019, radicada con el número 19-302676-0, en la que se denuncia la presunta venta y entrega de bebidas alcohólicas al menor de 15 de años, de nombre Simón el día 20 de octubre de 2019, para lo cual, aportó como soporte documental un video en el que se muestra a una mujer entregando dos botellas a un joven, sin que se evidencie que el joven muestre su documento de identidad, la fotografía de dos botellas de "Smirnoff", la captura de pantalla del pedido de dos botellas de "Smirnoff" a través de la plataforma RAPPI y la captura de pantalla de la notificación de pedido de licores entregado por RAPPI, las cuales, se reproducen a continuación, a modo de ejemplo:

Imagen No. 20; Captura tomada de video aportado por la quejosa MARÍA MERCEDES DE BRIGARD MERCHÁN; Radicado: 19-302676-0; Minuto 00:32

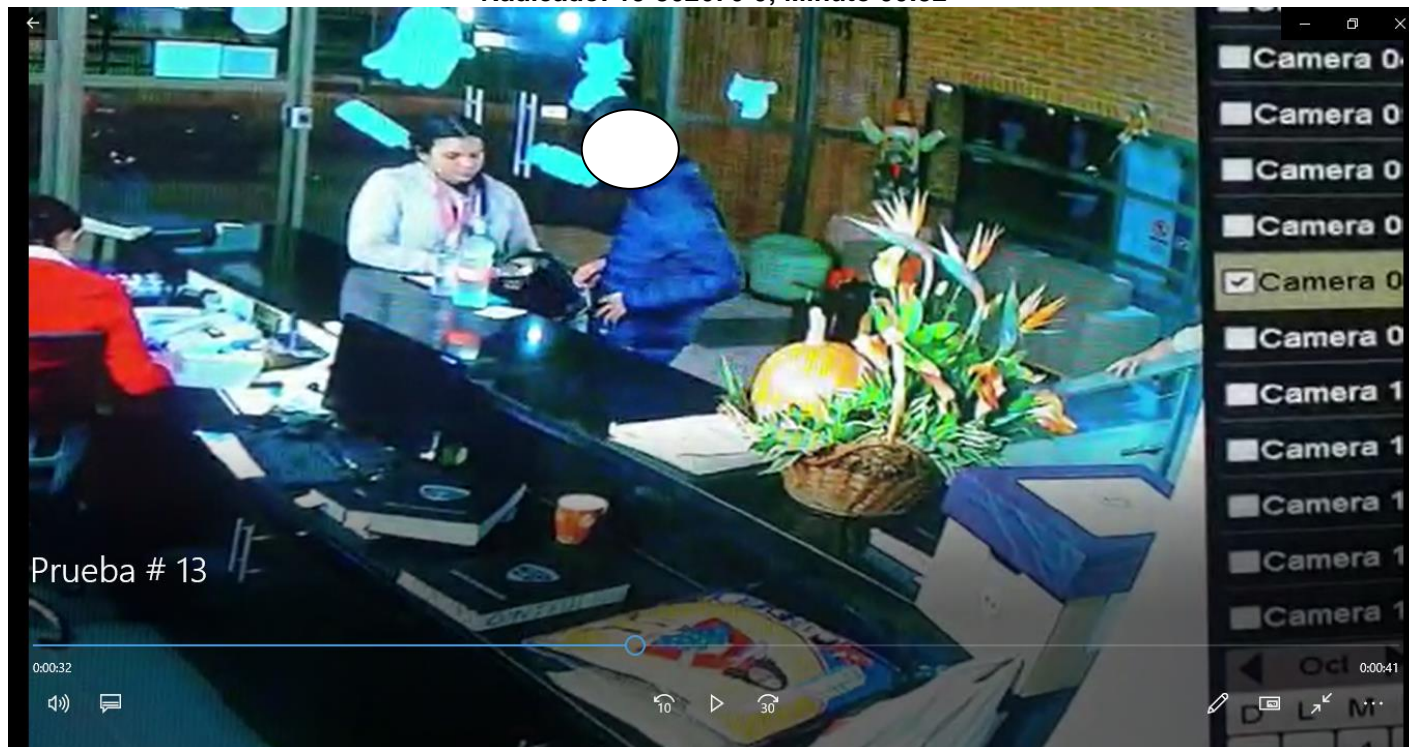


Imagen No. 21



Imagen No. 22

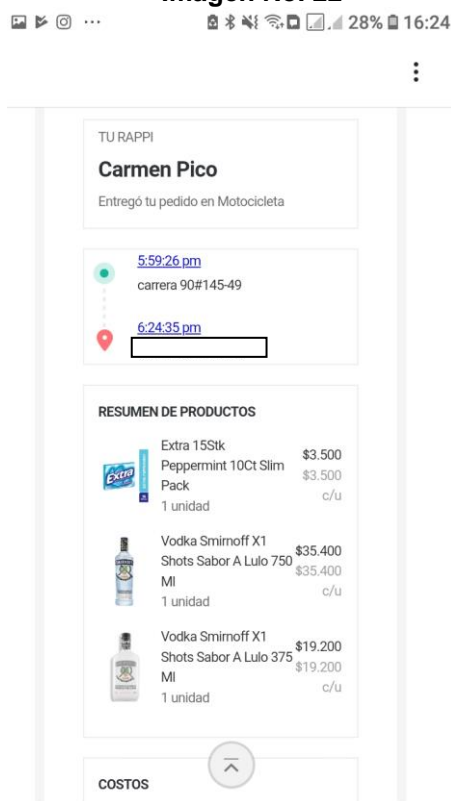
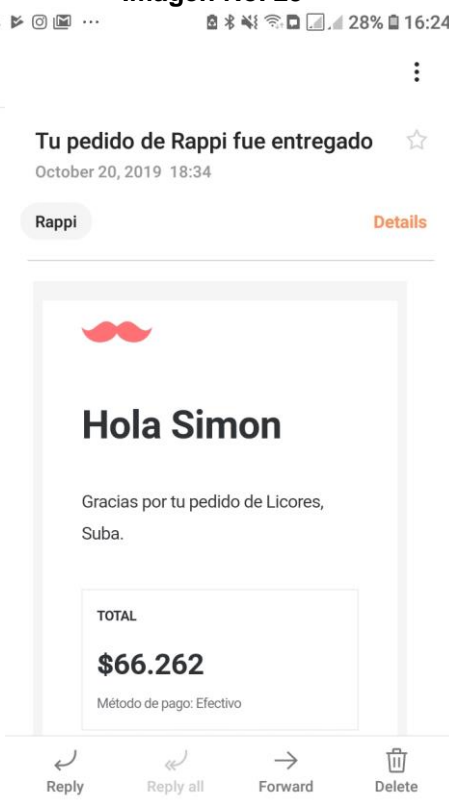


Imagen No. 23



Imágenes aportadas por la quejosa MARÍA MERCEDES DE BRIGARD MERCHÁN; Radicado: 19-302676-0

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



Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

suministrada por el consumidor.

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

**DÉCIMO QUINTO:** Que las anteriores imputaciones encuentran soporte en los siguientes documentos, sin perjuicio de aquellos que se alleguen o aporten dentro de la investigación administrativa:

- 15.1. Queja presentada por la señora **CAROLINA GIRALDO** en contra de **RAPPI S.A.S.**, el 31 de octubre de 2019 radicada con el número 19-198723-0.
- 15.2. Requerimiento de información dirigido a **RAPPI S.A.S.** el 29 de noviembre de 2019, radicado con los números 19-198723-2 y 19-198723-3.
- 15.3. Requerimiento de información dirigido a **RAPPI S.A.S.** el 29 de noviembre de 2019, radicado con el número 19-198723-5.
- 15.4. Informe y CD de la inspección administrativa de visita a la página web <http://www.rappi.com.co/>, realizada por esta Dirección, el día 13 de enero de 2020, radicado con el número 19-198723-6.
- 15.5. Requerimiento de información dirigido a **RAPPI S.A.S.** el 29 de noviembre de 2019, radicado con los números 19-198723-7 y 19-198723-8.
- 15.6. Respuesta de **RAPPI S.A.S.** del 22 de enero de 2020, radicada con el número 19-198723-9, junto a sus anexos.
- 15.7. Quejas presentadas por el señor **LUIS ALBERTO CARDONA GÓMEZ** en contra de **RAPPI S.A.S.**, trasladadas a esta Entidad por la Dirección para la Gestión Policiva, radicadas bajo los números 19-293571-0 y 19-297219-0, con sus anexos.
- 15.8. Queja presentada por la señora **MARÍA MERCEDES DE BRIGARD MERCHÁN** en contra de **RAPPI S.A.S.**, trasladada a esta Entidad por la Coordinadora del Grupo de Atención al Ciudadano de la Superintendencia de Sociedades, radicada bajo el número 19-302676-0, con sus anexos.
- 15.9. Requerimiento de información dirigido a **RAPPI S.A.S.**, el 23 de enero de 2020, radicado con los números 20-16890-0 y 20-16890-1.
- 15.10. Respuesta de **RAPPI S.A.S.** del 11 de febrero de 2020, radicada con el número 20-16890-2, junto a sus anexos.
- 15.11. Requerimiento de oficio dirigido a **RAPPI S.A.S.** el 18 de marzo de 2020, radicado con los números 20-66537-0 y 20-66537-1.
- 15.12. Respuesta de **RAPPI S.A.S.** del 8 de abril de 2020, radicada con el número 20-66537-5, junto a sus anexos.
- 15.13. Informe y CD de la inspección administrativa de visita a las páginas web: <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataformarappi-2/>, <http://www.rappi.com.co/> (redes sociales Instagram y Facebook), <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataformavirtual-rappitendero/> y <http://promos.rappi.com/colombia/terminosycondicionesbotones/> realizada por el Grupo de Trabajo de Supervisión Empresarial y Seguridad del Producto adscrito a la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor el día 27 de abril de 2020, radicado con el número 19-198723-10.
- 15.14. Requerimiento de oficio dirigido a **RAPPI S.A.S.** el 11 de mayo de 2020, radicado con el número 20-119287-0.
- 15.15. Respuesta de **RAPPI S.A.S.** del 21 de mayo de 2020, radicada con el número 20-119287-1, junto a sus anexos.
- 15.16. Copia del Certificado de Existencia y Representación Legal de **RAPPI S.A.S.**

**DÉCIMO SEXTO:** Que en aplicación del artículo 47 de la Ley 1437 de 2011, esta Dirección encuentra mérito para formular cargos en contra de **RAPPI S.A.S.**, con Número de Identificación Tributaria 900.843.898-9, por la posible vulneración a lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, por presuntas fallas en la calidad del servicio; por una aparente infracción a los artículos 23, 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el numeral 2.1.2.4 del Capítulo 2 del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, por aparentemente emitir publicidad de bebidas alcohólicas sin realizar la advertencia e indicación establecidas en la ley; por una posible infracción a lo dispuesto en los literales c) y d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

artículo 23 de la misma norma; así como por un aparente incumplimiento a lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, por la posible desprotección que brinda a los niños, niñas y adolescentes en la plataforma RAPPI.

**DÉCIMO SÉPTIMO:** Que con relación a la participación de los señores **CAROLINA GIRALDO, LUIS ALBERTO CARDONA GÓMEZ** y **MARÍA MERCEDES DE BRIGARD MERCHANT**, no se evidencia dentro de la presente actuación solicitud expresa en los términos del artículo 16 y 38<sup>2</sup> del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo para ser reconocidos como terceros interesados, razón por la cual esta Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor adelantará las correspondientes actuaciones de oficio como representante de los intereses de los consumidores, sin reconocerle interés a los denunciados.

**DÉCIMO OCTAVO:** Que de encontrarse probada la existencia de las irregularidades por parte de **RAPPI S.A.S.** y de no estar en curso una causal de exoneración de responsabilidad, se le impondrán por cada una de las conductas que resulten demostradas en el curso de la presente investigación administrativa, las sanciones previstas en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, que señala lo siguiente:

*“Artículo 61. Sanciones. La Superintendencia de Industria y Comercio podrá imponer, previa investigación administrativa, las sanciones previstas en este artículo por inobservancia de las normas contenidas en esta ley, de reglamentos técnicos, de normas de metrología legal, de instrucciones y órdenes que imparta en ejercicio de las facultades que le son atribuidas por esta ley, o por no atender la obligación de remitir información con ocasión de alguno de los regímenes de control de precios:*

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

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

De igual manera y en caso de ser necesarias esta Dirección impartirá las órdenes referidas en los numerales 9 y 14 del artículo 59 de la Ley 1480 de 2011, esto es:

*“Artículo 59. Facultades administrativas de la Superintendencia de Industria y Comercio. Además de la prevista en el capítulo anterior, la Superintendencia de Industria y Comercio tendrá las siguientes facultades administrativas en materia de protección al consumidor, las cuales ejercerá siempre y cuando no hayan sido asignadas de manera expresa a otra autoridad:*

*(...)*

9. Ordenar las medidas necesarias para evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores por la violación de normas sobre protección al consumidor. (...)

<sup>2</sup> “Artículo 38. Intervención de terceros. Los terceros podrán intervenir en las actuaciones administrativas con los mismos derechos, deberes y responsabilidades de quienes son parte interesada, en los siguientes casos:

1. Cuando hayan promovido la actuación administrativa sancionatoria en calidad de denunciados, resulten afectados con la conducta por la cual se adelanta la investigación, o estén en capacidad de aportar pruebas que contribuyan a dilucidar los hechos materia de la misma.
2. Cuando sus derechos o su situación jurídica puedan resultar afectados con la actuación administrativa adelantada en interés particular, o cuando la decisión que sobre ella recaiga pueda ocasionarles perjuicios.
3. Cuando la actuación haya sido iniciada en interés general.

**Parágrafo.** La petición deberá reunir los requisitos previstos en el artículo 16 y en ella se indicará cuál es el interés de participar en la actuación y se allegarán o solicitarán las pruebas que el interesado pretenda hacer valer. La autoridad que la tramita la resolverá de plano y contra esta decisión no procederá recurso alguno.”



Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

**DÉCIMO NOVENO:** Que el artículo 4 de la Ley 1480 de 2011 define que “*En materia procesal, en lo no previsto en esta ley para las actuaciones administrativas se le aplicarán las reglas contenidas en el Código Contencioso Administrativo...*” motivo por el cual la presente actuación administrativa se regirá por el procedimiento especial establecido en los artículos 47 y siguientes de la Ley 1437 de 2011.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

### RESUELVE

**ARTÍCULO PRIMERO:** Iniciar investigación administrativa mediante la presente **FORMULACIÓN DE CARGOS** en contra de **RAPPI S.A.S.**, con Número de Identificación Tributaria 900.843.898-9, por la posible vulneración a lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 1480 de 2011, por presuntas fallas en la calidad del servicio; por una aparente infracción a los artículos 23, 29 y 30 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el numeral 2.1.2.4 del Capítulo 2 del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, por aparentemente emitir publicidad de bebidas alcohólicas sin realizar la advertencia e indicación establecidas en la ley; por una posible infracción a lo dispuesto en los literales c) y d) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, en concordancia con el artículo 23 de la misma norma; así como por un aparente incumplimiento a lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley 1480 de 2011, por la posible desprotección que brinda a los niños, niñas y adolescentes en la plataforma RAPPI.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Conceder a **RAPPI S.A.S.** un plazo de quince (15) días hábiles contados a partir de la notificación del presente acto administrativo, para presentar los descargos, aportar y/o solicitar las pruebas que pretenda hacer valer, de conformidad con el inciso 3 del artículo 47 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, Ley 1437 de 2011, documentos que podrá radicar al correo electrónico [contactenos@sic.gov.co](mailto:contactenos@sic.gov.co), informándole que el expediente se encuentra a disposición y puede ser consultado a través de la página [www.sic.gov.co](http://www.sic.gov.co), siguiendo el vínculo <http://serviciospub.sic.gov.co/Sic2/Tramites/Radicacion/Radicacion/Consultas/ConsultaRadicacion.php>, con el fin de que puedan revisar la información recaudada por esta Autoridad.

**ARTÍCULO TERCERO:** No reconocer como terceros interesados a los señores **CAROLINA GIRALDO, LUIS ALBERTO CARDONA GÓMEZ** y **MARÍA MERCEDES DE BRIGARD MERCHAN**, por los motivos expuestos en el considerando Décimo Séptimo de la presente Resolución.

**ARTÍCULO CUARTO:** Notificar personalmente el contenido de esta Resolución al Representante Legal, o a quien haga sus veces, de **RAPPI S.A.S.**, con NIT. 900.843.898-9, informándole que contra el presente acto administrativo de formulación de cargos no procede recurso alguno de acuerdo con lo preceptuado en el artículo 47 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, Ley 1437 de 2011.

**ARTÍCULO QUINTO:** Comunicar el contenido de esta Resolución a los señores **CAROLINA GIRALDO, LUIS ALBERTO CARDONA GÓMEZ** y **MARÍA MERCEDES DE BRIGARD MERCHAN**, informándoles que contra el presente acto administrativo de formulación de cargos no procede recurso alguno de acuerdo con lo preceptuado en el artículo 47 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, Ley 1437 de 2011

### NOTIFÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D. C., 24 de diciembre de 2020

La Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor,

**PAOLA ANDREA PÉREZ BANGUERA**

Por la cual se inicia una investigación administrativa mediante formulación de cargos

---

**NOTIFICACIÓN**

Investigada: **RAPPI S.A.S.**  
Identificación: 900.843.898-9  
Representante Legal: **FELIPE VILLAMARIN LAFAURIE**  
Identificación: C.C. No. 1.136.881.540  
Dirección de notificación judicial: Calle 93 No. 19-58  
Ciudad: Bogotá, D.C.

**COMUNICACIONES**

Quejosa: **CAROLINA GIRALDO**  
Identificación: NO IDENTIFICADO  
Correo electrónico: [carogiraldoe@hotmail.com](mailto:carogiraldoe@hotmail.com)

Quejoso: **LUIS ALBERTO CARDONA GÓMEZ**  
Identificación: NO IDENTIFICADO  
Correo electrónico: [lacardona\\_gomez@hotmail.com](mailto:lacardona_gomez@hotmail.com)

Quejosa: **MARÍA MERCEDES DE BRIGARD MERCHAN**  
Identificación: NO IDENTIFICADO  
Correo electrónico: [director@redpapaz.org](mailto:director@redpapaz.org)

Elaboró: LACR  
Revisó: LFCG  
Aprobó: PAPB