

**EL ESTATUTO DEL CONSUMIDOR LEY 1480 DE 2011, SU APLICACIÓN COMO
HERRAMIENTA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR ELECTRÓNICO EN
COLOMBIA**

Autor:

CARLOS EDUARDO SUAREZ QUINTERO



UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR SEDE CUCUTA

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS SOCIALES

PROGRAMA ACADEMICO DE DERECHO

SAN JOSE DE CUCUTA

2018-2

**EL ESTATUTO DEL CONSUMIDOR LEY 1480 DE 2011, SU APLICACIÓN COMO
HERRAMIENTA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR ELECTRÓNICO EN
COLOMBIA**

Autor:

CARLOS EDUARDO SUAREZ QUINTERO



**Proyecto de Trabajo de investigación presentado como prerrequisito para optar título
de Abogado**

Docente:

ANDREA AGUILAR BARRETO

Doctora

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR SEDE CUCUTA

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS SOCIALES

PROGRAMA ACADEMICO DE DERECHO

SAN JOSE DE CUCUTA

2018-2

Contenido

TITULO	1
RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO 1.....	4
1.1. EL PROBLEMA.....	4
1.1.1. Planteamiento del Problema.....	4
1.1.2. Formulación del problema.....	6
1.2. OBJETIVOS.....	6
1.3.1. Objetivo General.....	6
1.3.2. Objetivos específicos.....	6
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	7
CAPITULO 2.....	8
2.1. MARCO REFERENCIAL.....	8
2.2. ANTECEDENTES.....	8
2.3. MARCO TEÓRICO.....	16
2.4. MARCO CONTEXTUAL.....	19
2.5. MARCO JURÍDICO.....	21
CAPÍTULO 3.....	22
3.1. METODOLOGÍA.....	22
3.1.1. Paradigma.....	22
3.1.2. Enfoque.....	22
3.1.3. Diseño.....	23
3.1.4. Método.....	23
3.2. FUENTES DE INVESTIGACIÓN.....	23
3.3. TÉCNICASEINSTRUMENTOS.....	25
3.4. ANALISIS Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION.....	25
3.5. MATRICESCONCATEGORIA.....	25
CAPÍTULO 4.....	35
4.1. ANALISIS DE LA INFORMACION.....	35
4.1.1. Resultados.....	35
4.2. . DISCUSIÓN.....	53
CONCLUSIONES.....	55
RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	57

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.

EL ESTATUTO DEL CONSUMIDOR LEY 1480 DE 2011, SU APLICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR ELECTRÓNICO EN COLOMBIA.

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.

En la presente investigación se realizó un análisis de la ley 1480 de 2011, por la cual se reglamenta el estatuto del consumidor, este ha sido la principal herramienta con la que cuentan los consumidores en Colombia para defender sus derechos en los procesos de política de compra, devoluciones, derecho de retrato, medios jurídicos para defender sus derechos ante los juzgados de única instancia o la superintendencia de industria y comercio. Dentro del estudio también se evalúan sus resultados dentro del desarrollo del orden económico del país.

A partir de los resultados obtenidos se puede determinar que en el tema de protección al consumidor con respecto a las empresas, hace falta la realización de una política pública de cumplimiento por parte de las empresas en temas dentro del proceso de compra, como lo son los tiempos de entregas entre otros, posteriormente se hace necesario para el estado la regulación que apunte a proteger las relaciones comerciales en el comercio electrónico en todas sus categorías enunciando la más común la relación consumidor-consumidor al igual que incluir dentro de las reclamaciones realizadas ante despachos judiciales o la superintendencia de industria y comercio la materialización de daños causados como lo son las demoras injustificadas en el proceso de envíos.

Palabras Claves: consumidor, garantía, protección, derecho de retracto, seguridad, proveedor, productor.

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.;

Colombia un estado social de derecho, con una estructura de estado dividida en tres ramas del poder público ejecutiva, legislativa y judicial. En relación a estas le corresponde al estado por medio de pronunciamientos normativo mantener el orden y el buen desarrollo social y económico entre los administrados. Es esta la razón por la cual en el año 2011. Se establece el estatuto del consumidor en el cual se busca la protección al consumidor frente a la relación a las empresas incluyendo como medida innovadora y aplicada al tiempo la protección al consumidor electrónico. Es así como realizando un estudio del contexto en el cual se encontraba el país para dicha época como resultado de este tuvo como resultado la ley 1480 del mismo año.

El comercio electrónico a traído una gran ventaja en el mundo globalizado que hoy vivimos por parte de los comerciantes se a lograr mitigar los costos de operaciones como lo son estructuras de tiendas físicas, personal, impuestos de avisos entre otros y hacia el consumidor se ha convertido en una muy buena alternativa ya que por este medio puede visitar diferentes lugares indagar acerca de las especificaciones técnicas, precios, mejores ofertas como también de las inquietudes que manifiesten en el servicio pre-compra sin moverse de la pantalla de su dispositivo móvil. Esta actividad comercial descrita anteriormente se encuentra regulada en el estatuto del consumidor y su reglamentación suplementaria, donde el estado como garante del orden y los derechos de quienes hacen parte de este, regula acerca de las situaciones que se pueden llegar a presentar siendo el consumidor la parte vulnerable dentro del proceso de compra de bienes o servicios a través de medios tecnológicos.

En los últimos años en nuestro país con la implementación de las tecnologías de la información y la comunicación ha habido una gran acogida por el consumidor de hacer uso del comercio electrónico, el cual hace más fácil y sencillo la forma de comprar para quien pues razones de tiempo o espacio en esta sociedad que cada vez acelera su marcha lograr obtener los productos sin ir a las instalaciones de un establecimiento de comercio físico, a su vez es de gran relevancia atender a la regulación que se ha establecido para llevar el control de estas operaciones comerciales a través de internet, la ley 527 de 1999, otorgó facultades a la superintendencia de industria y comercio institución insignia de nuestro país para que

ejerciera en control respectivo acerca del rigor de la solemnidad en las relaciones que se presentan a través del comercio electrónico, conforme a los requisitos que esta regulación se exigieron.

es importante tener presente que para una política de estado se hace apremiante la protección al consumidor ya que por naturaleza la relación consumidor y empresa cuenta con un desequilibrio teniendo en cuenta que el consumidor en la mayoría de los casos es el ciudadano de a pie con poco conocimiento del producto o servicio que adquiere como también de sus derechos, hasta en diversas ocasiones en situaciones graves de necesidad mientras que por parte de las empresas o comerciantes se puede evidenciar un amplio conocimiento acerca del producto o servicio que venden en donde se hace el punto de ventaja dentro de la comercialización.

El estado busca que los derechos de los consumidores sean valorados y respetados por medio de la cual le otorgó funciones a instituciones del ejecutivo a través de la superintendencia de industria y comercio o ante la rama judicial con el proceso verbal sumario establecido en el código general del proceso para que de esta manera el consumidor pudiese llevar a cabo sus reclamaciones sin necesidad de tener que llevar sus requerimientos a largas instancias judiciales que al final terminan por crear el consumidor en sentimiento de desconfianza hacia quienes ejercen el comercio electrónico en Colombia y en el mundo.

El análisis a través del método cualitativo busca una descripción completa de la norma enunciada en donde por medio de para esta investigación traerá consigo una evaluación acerca de la protección que brinda al consumidor electrónico de hoy en día. Por medio el paradigma interpretativo se buscara estudiar la estructura y las falencias que llegase a presentar el estatuto del consumidor para los clientes que viven la época de hoy a través de los representativos avances tecnológicos que ha tenido el ciudadano teniendo en cuenta que un gran porcentaje de los ciudadanos de a pie tiene la posibilidad de comprar a través de plataformas de internet sin que este represente un costo adicional. La determinación de generar estudio en esta norma en concreto es buscar la definición clara de la protección que le brinda al estado al consumidor, describir los mecanismos de defensa que tiene el mismo para defender los derechos adquiridos dentro de la relación contractual e identificar los principales vacíos que permiten que los consumidores sean vulnerados en los derechos que a estos les corresponden en uso del precepto legal.

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.

1.1. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

1.1.1. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

El comercio como actividad generadora de economía para una nación ha sido la actividad con la cual se produce el intercambio de bienes y servicios de los cuales son de necesidad de los consumidores a través de diferentes medios o modalidades de comercio entre la que se caracteriza el electrónico, como generador de economía en nuestro país este ha sido la base del desarrollo de economía y ha contribuido al desarrollo de empresas a través del comercio virtual. Es de esta manera como por medio de la regulación debatida en el congreso de la republica órgano perteneciente a la rama del poder legislativo, encontrando la necesidad legislativa de se establece la ley 1480 de 2011, estatuto del consumidor la cual tiene dentro de enfoque diferencial a anteriores regulaciones la protección al consumidor electrónico, dando un paso adelante en materia de normatividad toda vez que en nuestro país las tecnologías de la información y la comunicación se han tomado gran parte del entorno que rodea el diario vivir.

El consumidor en Colombia, percibe dentro de la práctica comercial a través de medios electrónicos un sin números de conducta que realizan las empresas que comercializan productos a través de plataformas virtuales en las cuales se establecen las políticas de compras descritas individualmente por cada compañía, tiempo en la realización de devoluciones, procesos y prácticas de garantías entre otros. Situaciones en las cuales se ven vulnerados los derechos de los clientes quienes después de realizar una compra por medio del comercio electrónico. Se ven involucrados en una serie de eventos en los cuales se deben privar de la utilización de los productos por diferentes factores enunciados por el proveedor o productor los cuales alcanzan a perdurar hasta por meses. Tiempo en el cual no se ven percibidos los perjuicios que causo el no tener el acceso al disfrute del producto adquirido.

La política de estado a través de su ente de control la Superintendencia de Industria y Comercio por medio de la cual ejerce el control a los comerciantes que vulneran los derechos de quienes adquieren productos en el mercado virtual como lo son la cartelización, el acaparamiento y políticas abusivas en las cuales se ponen condiciones que no se nombran al consumidor al momento de la compra y que resultan perjudiciales para este, con el único fin de someter al consumidor. Por medio de la implementación de diferentes medidas coercitivas en contra de las empresas entre las cuales las más representativas son las multas en su favor. Dejando de lado los daños causados los cuales guardan relación directa con el producto adquirido en proporción al uso que le iba a dar el consumidor para su necesidad.

El control estatal en los medios virtuales en especial en las redes sociales es totalmente desierto en razón a las actividades comerciales que se realizan en la relación consumidor-consumidor. Es la cual se establece un vínculo comercial en el cual dos personas quieren suplir sus necesidades por medio de una oferta de manera virtual, Poniendo presente que no hay ninguna clase de registro formal ante instituciones que regulen la actividad de comercio como lo es la cámara de comercio que hoy se encuentra establecido para los establecimientos de comercio que tienen sucursales físicas en el territorio nacional. Para lograr ejercer el comercio en portales con usuarios certificados que brinden la seguridad jurídica al cliente cuando se trate de incumplimientos en el contrato realizado a través del comercio electrónico.

La falta de política de estado para la implementación de campañas con las cuales se logre persuadir al consumidor que inicia o ya ha tenido la oportunidad de hacer uso del comercio electrónico comprando diferentes artículos como lo son prendas de vestir, electrodomésticos, dispositivos electrónicos acerca de los derechos que tiene frente a las empresas quienes en su posición dominante frente al consumidor se escudan en su estructura para no darle pronta solución al requerimiento del cliente por un producto que este adquirió.

Descrito lo anterior se hace relevante el estudio de la normatividad vigente en cuanto a la protección ofrecida al consumidor la cual además de hacer parte de la política de convivencia social cumpla con las necesidades que se presentan en la práctica dentro de la cadena de la comercialización y los instrumentos de los cuales pueden hacer uso los ciudadanos para

ejercer una defensa efectiva de los derechos vulnerados por las empresas que omiten en ocasiones el elemento social en pro del favorecimiento de la economía.

1.1.2. Formulación del problema

¿Qué elementos establecidos en el estatuto del consumidor en Colombia “ley 1480 de 2011” y su reglamentación suplementaria, realmente constituyen la herramienta que brinda la debida protección al consumidor electrónico actual?

1.2. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

1.3.1. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

Analizar la protección implementada en el estatuto del consumidor ley 1480 de 2011 y su regulación suplementaria sobre de la protección al consumidor electrónico.

1.3.2. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

Explicar la protección implementada en la ley 1480 de 2011 y su reglamentación suplementaria sobre las políticas, devoluciones, garantías, derecho de retracto para el consumidor electrónico en el país.

Identificar las principales diferencias que se exponen por parte de consumidores electrónicos frente a la relación comercial con empresas a través de medios tecnológicos.

Exponer las falencias presentadas en el estatuto del consumidor, que no cuentan con la suficiente protección normativa acerca de la protección al consumidor electrónico en Colombia.

1.3. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

La presente investigación tiene como motivo el conocer la normatividad vigente en el la ley 1480 de 2011 estatuto del consumidor y su reglamentación suplementaria, para posteriormente estudiar su contenido y evaluar su desempeño durante la vigencia en lo correspondiente al comercio electrónico en nuestro país. La investigación se hace en virtud de buscar identificar si existe una completa protección al consumidor por medio de esta regulación atendiendo a aspectos logísticos de la relación comercio electrónico.

En la práctica se hace muy común que por parte de las empresas incumplan o de manera arbitraria tomen determinaciones que no le fueron informadas al consumidor en su debido tiempo al adquirir el producto como suele suceder. Esta situación trae consigo que se lleven a cabo acciones en las cuales se vulneren derechos y se omitan responsabilidades por parte de la empresa que realiza sus ventas a través de plataformas electrónicas en canales de páginas web. Cuando indagamos acerca de las empresas sus políticas, ofertas y devoluciones. Es de gran importancia establecer dentro de la proyección de esta investigación las falencias que ocurren desde en el desarrollo de proceso de la cadena de comercialización.

A partir de los resultados se ofrece al consumidor electrónico información acerca de los instrumentos de los cuales puede hacer uso para defender sus derechos por medio de las organizaciones que son intermediadores ante los conflictos presentados entre las empresas y los consumidores. Además de esto el presente proyecto de investigación busca ilustrar a quien indague acerca del tema tratado de las falencias que se presentan en la práctica del comercio electrónico teniendo en cuenta que la norma objeto de estudio es una norma que tuvo su último debate en el congreso cuando la tecnología no tenía había llegado a la capacidad que

hoy en día tiene quien manipule un dispositivo electrónico, pues por medio de este puede establecer comunicación con plataformas de compra en cualquier ciudad del país. Es por esto que actualmente se presentan cantidad de estafas a través de las redes ya que cualquier persona con un perfil de una red social ejerce el comercio sin ninguna clase de control comportamiento que ha traído consigo un sin número de fraudes y estafas que aunque exista un ente acusador e investigador en el país se queda intacto frente a los escenarios de este tipo.

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

2.1. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

2.2. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

Los antecedentes a presentar fue una recopilación de investigaciones y artículos científicos los cuales fueron técnicos en cuenta para la realización de esta investigación enunciando la importancia de su aporte para la investigación realizada.

Investigación cualitativa y psicología del consumidor: alternativas de aplicación.

Objetivo. Como objetivo esta investigación estudia la realidad de la psicología del consumidor entender sus motivaciones y emociones asociadas. Identificación del comportamiento de la psiquis.

Teoría. De la acción social y la interacción sistemática de glaser, straus (1967).

Metodología. La metodología implementada es cualitativa.

Resultados. La clase de comportamiento que es abordado en la conducta de compra las emociones y todo lo que ellas producen en el comportamiento de las personas.

Aporte. Como a aporte de investigación es importante individualizar el cliente que manifiesta diferentes tipos de comportamiento pues esta investigación se trata de una investigación cualitativa que aborda la realidad del comportamiento psicológico del consumidor a la hora de la realización de la compra y profundizar a través de sus actos que lo motivo a escoger el artículo entre otros aspectos como lo son las emociones que le representa el adquirir una compra en el uso de las tecnologías por ejemplo por medio de una plataforma virtual. Teniendo en cuenta que en diferentes ocasiones el consumidor es propenso a ser inducido a el error por parte de quienes ofrecen el producto donde tal comportamiento trae como resultado que el cliente o la persona decida no volver a realizar más compras a través de medios electrónicos ya que no le fue garantizada la debida seguridad a la hora de realizar su compra.

La eficacia del estatuto del consumidor en perspectiva de derecho comparado: Colombia y la unión europea.

Objetivos. El análisis de la eficiencia del estatuto del consumidor estudiando en el derecho comparado las legislación en materia de Colombia y la unión europea, teniendo en cuenta la evolución de cada país en cuanto a su normatividad en lo que es el amparo al consumidor

Teorías. Se plantea dentro de la investigación la teoría general del derecho del consumo.

Metodología. Sara milena Aguirre barrera (2015).se implementa el método cualitativo.

Resultados. Se obtiene a partir de la investigación un estatuto del consumidor definido por el investigador como una ley generalista. Ya que la inclusión a los verdaderos derechos de los consumidores se ve levemente nombrada pero no reparada en la realidad comercial vivida.

Aporte. Para la investigación se hace de gran relevancia el manejo de un antecedente internacional en este caso ante las evoluciones normativas propias de cada legislación acerca del estatuto del consumidor en donde se puede ver el trabajo que han realizado otros estados sobre la materia acerca de las problemáticas presentadas cuya finalidad principal para el estado es la protección a los clientes quienes son los que realizan operaciones que alimentan

el flujo económico para el país. Que gracias al derecho comparado lleva a una evaluación a través de los apartes que tengan diferencias o por el contrario similitudes. Teniendo en cuenta lo atendido a los mecanismos de defensa que tienen los consumidores ante cada regulación. Básicamente para el investigador que realiza recolección de la información es evidente que el estatuto del consumidor estudiado esta en pro de los intereses económicos y apuntados al mantener el orden social ya que lo que se busca es sancionar empresas con el único fin de ejercer el recaudo en razón de las faltas que cometen las empresas para con los consumidores pero no en los derechos que en realidad hace alusión al título de la norma objeto de estudio.

Definición, delimitación y análisis del ámbito de aplicación del nuevo estatuto del consumidor (ley 1480 de 2011).

Objetivos. Definición de los cambios que trajo estatuto del consumidor para el ciudadano

Teorías. Teoría de consumo, Estructura análisis documental de los cambios para beneficio del consumidor electrónico

Metodología. Daniel Ossa Gómez (2013). Estudio basado en la metodología cualitativa.

Resultados .los cambios que trajo el nuevo estatuto del consumidor no fueron representativos ya que propone la misma regulación anterior, en realidad son pocos los que siguen los preceptos que propone esta normativa, nada novedoso para los ordenamientos jurídicos las disposiciones contempladas en dicha regulación en sus disposiciones.

Aporte. es para la investigación importante indagar acerca de los estudios acerca de qué cambios trajo al ordenamiento el estatuto del consumidor ley 1480 de 2011, como también en que le fue beneficio al consumidor la inclusión de esta nueva legislación es importante resaltar la inclusión de la protección a las ventas a distancias enunciando la protección al consumidor electrónico en donde se tratan aspectos importantes sobre donde puede acudir un consumidor que le han sido vulnerados sus derechos en el momento de la realización de una compra utilizando los medios virtuales, la ampliación del plazo para ejercer el derecho de retracto en los casos en los cuales se hace procedente, la anulación o el proceso para declinar una transacción realizada comprometiendo a los intervinientes dentro del proceso de pago aspectos que hacen parte de dos categorías en las cuales hace énfasis la investigación.

El nuevo estatuto del consumidor: análisis de su promoción y conocimiento en el municipio de Sincelejo.

Objetivos. Conocer acerca del conocimiento y la promoción de los derechos y deberes de los ciudadanos acerca del nuevo estatuto del consumidor en el municipio de Sincelejo.

Teorías. Teoría de consumo. Carlos Mario De la Espriella Oyola -- Margarita Irene Jaimes Velásquez -- Berónica Narvárez Mercado, municipio de Sincelejo 19 de julio de 2016

Metodología. La investigación tuvo un análisis situacional, además en un primer momento implemento un método con un enfoque cualitativo y cuantitativo.

Resultados. Son provenientes del grupo socio-jurídico objeto de estudio. En el municipio de Sincelejo un número representativo de participantes desconoce sus derechos como consumidores además de ellos las entidades encargadas de mediar por la defensa de los derechos que tienen los ciudadanos en su rol como consumidor ante las empresas.

Aporte. Es importante para la investigación que sea tenida en cuenta la perspectiva del consumidor que es quien tiene la mayor afectación cuando se presenta una situación en donde debe presentar una queja o reclamo o similar en donde él tenga el pleno conocimiento acerca del procedimiento que deben llevar a cabo para que se efectúe una correcta disposición. En este caso se realiza en la ciudad de Sincelejo en donde se toma en cuenta un antecedente de tipo local. Que evidencia la falta de conocimiento de la población del mismo es así como por la existencia de esta desinformación las empresas toman provecho de la situación omitiendo deberes que tienen para con los consumidores a la hora en que estos deseen presentar un requerimiento de petición, queja, reclamo o sugerencia. Es de esta manera como quien vende busca crear una etapa de sometimiento a diferente tipo de arbitrariedades al consumidor con el fin de que ante los trámites que conllevan interponer acciones legales el cliente desista de hacer uso de las mismas y así no cree afectación a proveedor o productor.

La regulación de la publicidad en el nuevo estatuto del consumidor. Implicaciones desde la teoría del contrato.

Objetivos. Determinar el control que se ejerce sobre la publicidad en el nuevo estatuto del consumidor.

Teorías. Contrato, Verónica María Echeverri Salazar y Julián E. Ospina Gómez (2015).

Metodología. La metodología implementada en el proyecto es la cualitativa y documental.

Resultados. Ante un contrato entre un proveedor y un consumidor puede ser común que se pueda inducir al error, en la mayoría de ocasiones al consumidor quien al no tener el pleno conocimiento de las ventajas y desventajas del artículo que está comprando se ve afectado.

Aporte. Para la investigación en desarrollo el estudio de la publicidad se hace necesario para determinar la protección de la que gozan hoy en día los consumidores que hacen uso de tecnologías, cuando es muy común que ante los medios o dispositivos móviles se anuncie gran variedad de características de un producto, cuando en realidad no las tienen partiendo de que ante una información de carácter tecnológico que haga referencia a una oferta comercial puede llevar consigo todo lo que se puede adherir en presentación debido a que los medios virtuales permiten un gran margen de edición. Desde la perspectiva del contrato se identifica el estatuto del consumidor como la herramienta jurídica para establecer un comparativo entre el código civil y el código de comercio, determinando de esta manera las características contractuales que se requieran.

El concepto de información en el estatuto del consumidor colombiano. Un estudio jurídico de la institución en la ley 1480 de 2011.

Objetivos. Estudiar el concepto del término información con respecto al estatuto del consumidor ley 1480 de 2011. Siendo este la herramienta de defensa de compradores.

Teorías. Teoría clásica, teoría general del negocio mercantil, teoría general de las sociedades.

Metodología. Morgestein Sánchez, W. I. (2015) metodología normativa y la utilización del enfoque cualitativo con el fin de presentar la definición del término información en contexto.

Resultados. La información se puede brindar al consumidor no necesariamente es la correcta pues no cumple con lo definido por la normativa en cuanto a la validez de lo expresado, bien como principio rector en las relaciones comerciales que aun que se lleve a cabo el suministro dela misma se establece como un deber de cargo del consumidor en eventos donde el articulo presentas averías, deterioros desperfectos e entre otros hacia el proveedor o productor.

Aporte. Para la investigación de los alcances de la regulación estudiada se hace necesario tener una conceptualización clara que defina una estructura lo suficientemente entendible para dar un buen sustento normativo a la investigación y aún más importante para el cliente esta persona de a pie quien es para quien finalmente se establece la legislación buscando que sean protegido sus recursos como también respetados sus derechos.

Limitaciones de la ley 1480 de 2011 en relación con los medios de pago y el plazo de ejercicio del derecho de retractación.

Objetivos. Análisis de los términos establecidos para el derecho de retracto en Colombia y sus características vigentes.

Teorías. Teoría del consumo establecida por los diferentes factores respeto a comportamiento del mercado.

Metodología. Luis Cotes, Alfredo Bula, Andrea Otero (2012). Cualitativo respecto de normas con vigencia anterior a la de objeto de estudio.

Resultados. Un término del derecho de retracto ampliado a más días hábiles, no existe tampoco regulación en cuanto al establecer los medios de pago válidos para la utilización de dicha herramienta en forma directa cuando se pretenda dar resolución al contrato de compra.

Aporte. Para la investigación es importante estudiar las investigaciones realizadas al marco normativo ley 1480 de 2011. Las observaciones realizadas en las mismas para este caso en lo relacionado con el derecho de retracto figuran utilizadas en el comercio electrónico en donde se establece un desistimiento por parte del consumidor en cualquier momento para ciertos tipos de contrato sin aducir razón alguna a la resolución del contrato. Otro a porte que fue enunciado en la investigación tomada el enfoque además del derecho de retracto es el proceso

de devolución de dineros a partir de los medios de pago por los cuales se haya realizado la transacción al momento de la compra, estudiando el desempeño de los roles que realiza cada uno de los participantes en el proceso de pago como lo son las entidades bancarias, las franquicias de plataformas virtuales, los servicios de recaudos en oficinas. Las acciones de los diferentes agentes en el procesamiento de información donde la realización de la compra se hace mediante la utilización de medios virtuales en el marco del comercio electrónico.

La protección del consumidor en Colombia en la ley 1480 de 2011 a partir de las directrices de la resolución 39/248 de la ONU.

Objetivos. Analizar la protección que el ordenamiento legal colombiano le otorga al consumidor frente a los estándares y directrices que plantea la resolución 39/248 en el programa jurídico de protección que tiene que ver con los derechos de los consumidores.

Teorías. Normas jurídicas, resoluciones de la ONU, fallos proferidos por la corte constitucional, corte suprema de justicia, tratadistas extranjeros y nacionales.

Metodología. Análisis documental de carácter cualitativo, Lía catalina López Márquez y Viviana de Jesús martelo Angulo (2012).

Resultados. El tema del consumidor en Colombia no ha sido abordado de una manera considerada integral, la desinformación del consumidor que se hace evidente ante el desconocimiento de la norma mencionada, y la propuesta de una reforma a la normatividad.

Aporte. Es importante para la investigación como de manera estructural se realiza una revisión con la resolución 39/248 de la ONU del estatuto del consumidor ley 1480 de 2011, en la cual se evidencia se cumplen con los lineamientos establecidos en esta resolución. En cuanto a los derechos del consumidor electrónico le otorga igualdad de derechos a cualquier tipo de comercio y propone la también capacitación de estos temas en cuanto información para el ciudadano de a pie.

La protección del consumidor en el comercio electrónico en Colombia.

Objetivos. Analizar el nivel de eficiencia y eficacia del instituto del consumidor a la luz del estatuto del consumidor en el marco del comercio electrónico.

Teorías. Fernando Motta cárdenas (2015). Teoría general de consumo electrónico.

Metodología. Jurídico, de carácter descriptivo y explicativo.

Resultados. La inclusión de los responsables con relación a la realización del pago electrónico, no se presenta una delimitación de los mecanismos de solución de conflictos presentados ante procesos judiciales o administrativos. Vacío jurídico al dejar sin mención la protección de los niños, niñas y adolescentes respecto al comercio electrónico, incoherencias al definir los deberes y derechos de cada una de las partes dentro del comercio electrónico, un énfasis plasmado en la norma acerca de

Aporte. Para la investigación es de gran aporte a lo que se enfoca la presente investigación ya que en esta se enumeran las falencias que bajo las perspectiva del investigador fueron encontradas al momento de realizar el análisis estableciendo que aunque existe un estatuto del consumidor esté evidencia vacíos hacia diferentes escenarios de la práctica lo que sigue desprotegiendo a los clientes con respecto de las operaciones comerciales con las empresas.

Ventas a distancia y su tratamiento en el nuevo estatuto del consumidor

Objetivos. Determinar el nivel de protección que tiene el estatuto del consumidor puesto en práctica en las ventas a distancia categoría a la que pertenece el comercio electrónico.

Teorías. Mariana Bernal-Fandiño (2012). Teoría general del consumo orientada al tipo de comportamiento por parte del consumidor frente a la utilización del comercio electrónico.

Resultados. El derecho de retracto como una herramienta que brinda seguridad jurídico al consumidor frente a la desventaja que tiene ante el proveedor o productor, la anulación de pagos realizados a través de medios virtuales da confianza y seguridad por parte de quien vende a través de plataformas virtuales establecidas con todos los requisitos para el comercio.

Aporte. Es importante para la investigación dentro de la investigación elegida se puede evidenciar la evaluación de la puesta en práctica de la regulación que otorga la ley 1480 de 2011, en donde se busca identificar la normativa que regula la actividad comercial por medio de medios electrónicos como lo son computadores y dispositivos que ofrezcan comunicación

con proveedores y vendedores que se llegasen a encontrar en lugares lejanos. Esto nos provee mayor claridad hacia los derechos adquiridos por parte de consumidor y empresa al momento de las relaciones no presenciales que debido a la distancia fijan un desequilibrio natural para el consumidor, ya que este tiene acceso a verificar su artículo solo de manera virtual y no física como suele realizarse en las ventas tradicionales en las tiendas que cuenta con sucursal física dentro de la jurisdicción de un departamento o municipio en el estado colombiano. En especial el derecho de retracto pues este es el aporte fundamental del documento en mención.

2.3. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

A través del desarrollo de la economía ha traído consigo grandes cambios en los últimos 5 años, con la gran incorporación al mercado de medios tecnológicos que han dado un giro de bienestar, agilidad, comodidad al ciudadano de hoy en día, lo nombrado tiene su arraigo en la necesidad de normas para llevar a cabo el control efectivo a las relaciones que se materializan por medio del comercio electrónico en cuanto a lo que la protección al consumidor se refiere, es por tanto que se enuncia teoría que describe el comportamiento del consumidor:

Teoría post-keynesiana.

Para el consumidor los bienes se dividen en categorías y estos mismos se dispone de una

Parte de la remuneración obtenida y la distribuye entre los bienes a adquirir a cada categoría. Dividiendo entre los bienes de cada categoría posteriormente el presupuesto. Existe una cierta razón de que los consumidores gastan su dinero de esta manera.

Las ideas básicas proceden de Nicholas Georgescu-Roegen y Herbert Simón. A través de lo que nos ofrecen los postulados de esta escuela podemos establecer que el consumidor hace manejo de los bienes de su obtención básicamente para la compra de bienes que son de su necesidad.

Esta misma teoría basa sus principios en

- * Racionalidad procedimental. La utilización de métodos racionales de elección, basadas en decisiones libres y espontaneas que se basan en rutinas.
- * Saciedad. Más allá de un umbral finito la necesidad queda satisfecha y consumir más unidades no aumenta la satisfacción o "utilidad.
- * Separación. El consumidor divide los bienes y necesidades en diversas categorías, poco relacionadas.
- * Subordinación. Las necesidades de los consumidores, están dentro de una jerarquía pero el presupuesto no busca maximizar la utilidad de los bienes disponibles.
- * Crecimiento. El tiempo y el aumento de los ingresos permiten al consumidor poder escalar de una necesidad a otra. Mejorando en sus preferencias pasadas, presentes y futuras.
- *dependencia. Las necesidades están influidas por la publicidad, las modas, la cultura y los amigos.
- * Herencia. Las preferencias actuales del consumidor dependen de lo que este consumo en el tiempo pasado.

En esta teoría para la representación de la categoría de consumo se pueden establecer los valores anteriormente nombrados que influyen en el consumidor de tal forma que cada vez que este desea comprar un bien o servicio se encuentre influido por estos valores unido además a la capacidad adquisitiva que este tiene para poder llevar a cabo el ejercicio de la compra a través de medios electrónico, para el caso de esta reciente tendencia a las compras a través de los medios virtuales haciendo alusión a la racionalidad en donde el cliente puede escoger lo que desee entre múltiples opciones que le ofrece el e-commerce teniendo en cuenta que dentro de su dispositivo electrónico puede escoger y visitar diferentes portales hasta lograr satisfacer su necesidad sin moverse de casa. La división de la prioridad o la categorización de los bienes también se da cuando el consumidor jerarquiza lo que quiere comprar y de esta manera obtiene claridad en lo que desea a la hora de comprar acción que le otorga valor a la subordinación.

El poder adquisitivo es fundamental en la satisfacción de las necesidades de los clientes pues de este depende la capacidad que tenga para la realización y la escogencia de una mejor propuesta a través de los medios virtuales. El crecimiento después de tener mejor ingresos mejor y de más acceso los productos que desea en una categoría ascendente. Dentro de todos estos principios la dependencia viene el factor que marca la pauta para el mercado teniendo en cuenta que se ante las tendencias, la moda, la cultura y el círculo social en el cual se encuentra el consumidor puede llegar a ser las disposición que tenga el cliente para hacer uso de plataformas virtuales en búsqueda de productos que lleguen a ser de su interés y de la misma manera se vea orientado a la escogencia y la práctica del comercio electrónico para realizar la compra de bienes y servicios.

Estrategia de Branding para E-Commerce Teoría de la Escuela Sociológica.

Basada en Thorstein Veblen, Filósofo y Sociólogo Norteamericano (1857-1929).

La Sociedad del Ocio. Para esta teoría el comportamiento que guía al consumidor es la búsqueda de la adherirse a grupos sociales con los cuales tenga alguna referencia. A modo de encajar dentro de la sociedad.

Para la segunda categoría el comercio electrónico como actividad mercantil direccionado a crear un mercado librado por las emociones y sentimientos en búsqueda del ingreso a un mundo exigente ante la demanda incrementada de tecnología dispuesta en el mercado. Como en el comercio electrónico ejerce una tendencia dentro del mundo globalizado este el comportamiento del consumidor como por ingresar a ser parte del mundo de las tecnologías busca a través del ingreso a los medios virtuales la aceptación de la sociedad o entorno social.

Es así como para las empresas expertas en el consumismo y dispuestas a la innovación en el mercado implementan por medio de diferentes estrategias de mercado en el área tecnológica para lograr que el cliente en la mayoría de ocasiones tome decisiones bajo los principios de aceptación a ese grupo social en donde el consumidor compra cosas innecesarias que solo quiere obtener para sentir un puesto en la sociedad de consumo ante las personas que le rodean es así como por medio de este plan de acción los consumidores que a diario visitan las

redes sociales en búsqueda de contacto con el mundo exterior se ve abordado por diferentes tipos de ofertas en las plataformas virtuales que le ofrecen vivir al día con la moda, las tendías y demás factores que demarcan la inclusión dentro de la sociedad de tal forma por este tipo de medios las personas que frecuentan estos lugares en direcciones virtuales en diferentes sitios que ofrece el mundo web se ven atrapados dentro de la red de un consumo vacío en el que posteriormente se adhiere de tal forma que compraría una y otra vez aunque se le vulneren sus derechos a través de redes sociales que no tienen ningún control normativa en el país.

2.4. **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..**

El avance tecnológico más acelerado de toda la historia momento en el cual el mundo de las tecnologías ha sido el principal motivo para la realización de cambios en diferentes fuentes de negocios entre ellos el comercio. Nuestro país Colombia ha llevado a cabo el contacto con esta nueva tendencia que marca tan solo un pequeño porcentaje de los consumidores del país, lo cual obedece a diferentes factores como lo son la seguridad, la capacitación y la costumbre entre otras factores que causan cierta apatía a la utilización de plataformas de internet para la realización de compras en línea y de más actividades comerciales utilizando los medios tecnológicos. Teniendo en cuenta que un número considerable de la población no tiene el suficiente conocimiento acerca de los derechos frente a determinaciones que puedan llegar a tomar las empresas bien sea en ejecuciones u omisiones en donde sean afectados los clientes.

La tecnología como herramienta cada vez más arraigada al ser humano convierte su utilización en una necesidad como lo interpreta Jiménez (2008). La tecnología es el resultado del saber que permite producir procesos, modifica el medio, incluyendo las plantas y animales, para generar bienestar y satisfacer necesidades humanas, de acuerdo a esta definición podemos interpretar que la tecnología es la herramienta principal para la implementación del desarrollo de la mayor parte de los procesos de crecimiento en el mundo. Es así como en el momento de desarrollo de la presente investigación es la tecnología la principal herramienta que tiene una persona para la realización de actividades de forma más ágil, ofreciendo afectividad a aspectos como los laborales, personales, compra de productos entre otros.

El comercio electrónico como muestra clara del desarrollo globalizado que vende el mundo la mejor herramienta con la cual se puedan adquirir bienes y servicios de forma ágil, ya que

desde un dispositivo móvil se pueden tener acceso a sitios web de diferentes proveedores donde de manera simultánea se pueden comparar y comprar los productos que ofrecen las empresas a través de diferentes portales de internet, al igual que los sitios debidamente autorizados nace también dentro del entorno de interacción en las redes sociales como Facebook, instagram entre otras, la promoción de la venta de bienes de carácter informal que se realiza entre consumidor- consumidor donde se consigna tan solo los datos básicos del vendedor, quien puede a su vez bajo una falsa identificación crear falsas expectativas a quien establece contacto proponiendo al consumidor hacer pagos a cuentas bancarias y demás depósitos de dinero sin posteriormente cumplir con lo establecido dentro de la promesa de venta en los medios virtuales. Evidenciando en estos escenarios un sin número de estafas.

Es así como relación contractual entre consumidores donde de manera no formal se ejerce actividades propias del comercio sin tener las características de comerciante como lo expresa el código de comercio (1971). Es la persona que ejerce que profesionalmente realiza las actividades que se consideran mercantiles para el ordenamiento jurídico. Que no tiene ningún tipo de regulación dentro de la regulación vigente en el país en lo que respeta al comercio electrónico teniendo en cuenta que esta normativa regula las relaciones empresa-consumidor en las cuales una parte es el vendedor o productor registrado y la otra un ciudadano que buscar satisfacer su necesidad buscando el producto deseado. La falta de regulación para la relación consumidor-consumidor ha traído consigo un sin número de percances para quienes hacen uso de las redes sociales que son Se promociona la venta de productos por personas que no tienen vínculo alguno con entidades que ejerzan el orden ante la fidelización de empresas o personas naturales que ejerzan el comercio para el caso concreto con la utilización de medios virtuales, los cuales se encuentran al alcanza de la población.

Para el año 2011, en el cual fue legislado el estatuto del consumidor partiendo de las herramientas informáticas que habían para la época teniendo en cuenta que en el país no había una demanda tan amplia de ventas a través de medios virtuales, no se había obtenido el desarrollo que se evidencia hoy donde fácilmente se puede observar en cualquier lugar un ciudadano que realiza compras por medio de la utilización de tiendas virtuales. Los consumidores de diferentes bienes y servicios para el tiempo actual en el que no se le da la suficiente importancia a la adquisición de diferentes productos. a partir de las ventas on line

se pueden suplir un sin número de necesidades, siendo esta misma la que le da dinámica a la cadena de comercialización, teniendo claro que somos consumidores durante toda nuestra vida y en estos tiempos podemos adquirir gran parte de lo que necesitamos por internet nos convertimos en consumidores electrónicos. Es importante conocer los derechos que se tienen en calidad de clientes en medio de la mediación de las plataformas virtuales en donde se realizan las compras, los mecanismos de defensa que se tienen en caso de fraudes o incumplimiento de vendedores o productores, que se desarrollan en el comercio electrónico.

2.5. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

Ley 1480 de 2011. Estatuto del consumidor.

Regulación que empezó a regir el 12 de abril del año 2012. La aplicación de esta normativa se ejerce desde un alcance de su aplicación en el territorio de forma objetiva y subjetiva aplicado a bienes y servicios que se han comercializados en la extensión territorial nacional. El mismo es una herramienta con la cual se benefician los consumidores los cuales pueden ser personas naturales o jurídicas, donde de igual forma ejerce vigilancia y control sobre importadores, expendedores, productores y proveedores. Regulando temas como idoneidad, calidad, seguridad, garantías, responsabilidad por daños, información, publicidad, protección contractual al consumidor electrónico a través de los diferentes medios de defensa existentes.

En la definición de los lineamientos de la normatividad designa a la superintendencia de industria y comercio como la encargada de la protección de los derechos del consumidor, agregado en el título VII de la protección contractual en su capítulo VI que determina la protección de comercio electrónico, este fue el cambio representativo que obtuvo en comparación con la legislación que había anteriormente fue así como en la medida del desarrollo tecnológico conocido para la época se desarrolló una política de protección al consumidor que realizara compras por medios virtuales y además de esto compras a distancia en donde el consumidor no tiene la posibilidad de poder determinar en una forma real características técnicas que puedan ilustrar de una mejor manera su elección y no caer en un error en la escogencia de un producto. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO (2011) cartilla publicada ley 1480 de 2011.

Siendo la ley con la cual los consumidores tienen la posibilidad de defender sus derechos ante las empresas que los vulneren, la misma representa un gran cambio en relación a la relación contractual de compra entre empresas-consumidores ya que esta dirigida en sus apartes a brindar una protección seria en relación a él orden social establecido dentro de los lineamientos constitucionales y el mantener el orden económico del país por medio del cual se establece una mejor convivencia entre los habitantes para los cuales se ofrece una protección de los intereses particulares en cuanto a la seguridad en la adquisición de productos se refiere. Dirigido y vigilado por la Superintendencia De Industria y Comercio.

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.

3.1. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

3.1.1. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

El desarrollo de esta investigación se desarrolla en el marco de un paradigma interpretativo. Como lo enuncia Ricoy (2006).se presentaba como una alternativa a las limitaciones del paradigma positivista en el campo de las Ciencias Sociales y de la Educación, al considerar las diferencias de éstas con relación a las Ciencias Naturales cuyo alcance es el conocimiento y posterior análisis de la correcta protección al consumidor electrónico existente en el estatuto del consumidor ley 1480 de 2011.

3.1.2. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

El enfoque de esta investigación sería un enfoque cualitativo como lo define coronel(2002) El uso de un enfoque cualitativo como metodología de investigación permite valorar la forma en que la biografía, la subjetividad y el significado se construyen y reconstruyen a través del lenguaje, en el pensamiento y en la conversación. Establecido a partir de la recolección de datos de carácter descriptivo acerca de cómo ha sido herramienta de protección el estatuto del

consumidor, ley 1480 de 2011 y su reglamentación suplementaria para el consumidor electrónico en nuestro país.

3.1.3. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

El diseño de esta investigación es fenomenológico clásico este diseño implica contemplar aspectos relacionados con la epistemología del método ya que por de medio de este se explora describe y comprende la experiencias de las personas que realizan compran a través de portales de compras virtuales han vivido como lo son las devoluciones, garantías derechos a retracto entre otros con respecto de la protección que tienen en relación al estatuto del consumidor ley 1480 de 2011.

3.1.4. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

El método de la investigación es el método fenomenológico ya que en esta investigación se abarcaran temas ajenos a situaciones vividas por el investigador pero que se hacen objeto de observación análisis para llegar a obtener una consolidada respuesta. Este método se implementa en un tema relativamente nuevo para el mundo del derecho, ya que a pesar del auge de las tecnologías en los últimos tiempos en Colombia a un no se tiene una regulación compacta que implemente normatividad hacia las situaciones generales del comercio electrónico.

3.2. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

Documentales

3.5.1 ley 1480 de 2011, por al cual se establece el estatuto del consumidor.

A partir de esta norma, surge una mejor cobertura y mejoramiento de la situación que vivía el consumidor electrónico para el año en que se estableció, es el eje central de esta investigación teniendo en cuenta que el acelerado desarrollo de las tecnologías de la información y la

comunicación ha sido en grandes dimensiones para todos los sectores, más exactamente el sector económico. Como entidad garante de derechos establece a la Superintendencia de Industria y Comercio, quien vela por la defensa de los derechos del consumidor electrónico, el equilibrio entre este y el proveedor entendiendo desde la perspectiva comercial que la parte más vulnerable es el consumidor por su acceso al conocimiento previo del producto, finalmente en que por medio de la participación ciudadana hay un mayor interés por parte de los clientes que compran por medio de las plataformas de internet de denunciar los atropellos o vulneraciones a sus derechos a la hora de la realización de una compra de bienes o servicios.

3.5.2 Ley 527 de 1999. Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.

Para la investigación es fuente de investigación teniendo en cuenta que mediante de esta ley se lleva a cabo la solemnidad que las firmas digitales y sus firmas como medio de prueba de las celebración de acuerdos, contratos y demás con la utilización de medios virtuales. Donde se debe garantizar la autenticidad de la misma, determinando además la integridad que debe conservar el mensaje de datos en su estructura para que sea válida ante el receptor o cumpla con las condiciones establecidas y de igual forma sea conservado el documento por medio de terceros asegurando archivo de mensaje de datos descrito en dicho documento y sus atributos.

3.5.3 Decreto 735 de 2013, "Por el cual se reglamenta la efectividad de la garantía prevista en los artículos 7 y siguientes de la Ley 1480 de 2011".

Este decreto se establece plenamente las condiciones y requerimientos que ofrece el estado colombiano dentro de su regulación para mantener el orden social y económico que trae consigo unas características especiales en cuanto al proceso de garantía, además del consumidor que realiza su a las tiendas físicas, este proceso además tiene su cobertura para quien realiza compras en el comercio electrónico bajo los mismos términos correspondientes.

3.3. TÉCNICASEINSTRUMENTOS

Como instrumento en la presente investigación se implementara el análisis documental como lo interpreta Ruiz Pérez, (1992) tiene su razón de ser en las posibles recuperaciones que son efectivas si se realizan sobre los productos de una acertada y rigurosa actividad analítica previa. Con el instrumento nombrado se busca mediante el análisis la obtención de resultados por medio de matrices documentales de la información contenida en la ley 1480 de 2011 estatuto del consumidor, en relación a políticas de compra, garantías establecidas, retracto, mecanismos de defensa de los consumidores en contraste con situaciones que hayan sido vividas en la práctica comercial acerca del comercio electrónico y la protección que han tenido los consumidores frente a las diferentes situaciones que se presentan en la practica.

3.4. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

3.5. MATRICESCONCATEGORIA

Objetivo 1: Explicar la protección implementada en la ley 1480 de 2011 y su reglamentación suplementaria sobre las políticas de compra, garantías, derecho de retracto para el consumidor electrónico en el país.

MATRIZ 1

normatividad	Aspecto	Proveedor
Ley 1480 de 2011, por la cual se reglamenta el	Proceso de compra Del cliente	Suministrar información : Cierta, clara, fidedigna, suficiente de la compra en los siguientes aspectos:

<p>estatuto del consumidor en Colombia</p> <p>Política de compra</p>		<p>Representar su identificación :</p> <ul style="list-style-type: none"> * nombre de la razón social * documento de identificación * Dirección física, notificación y teléfonos. <p>Dentro del proceso de compra :</p> <ul style="list-style-type: none"> * informar acerca de los medios de pago para la cancelación del producto. * Costos de impuestos. * Gastos de envío si hay lugar a ellos. * Duración en tiempo en el cual se va a realizar la entrega de producto. * información acerca del derecho de retracto y como poder hacer uso del mismo * Información necesaria para que el consumidor pueda bajo criterios claros y verídicos la diferencia sin ser conllevado a un error.
	<p>Producto a comercializar</p>	<ul style="list-style-type: none"> * indicar la disponibilidad del producto a la hora de la compra * debe ser representado por medio de imágenes. Con el fin se establezca una silueta aproximada del mismo. * Las imágenes deben de dicho producto deben indicar la escala a la cual se están representando. * publicar las características técnicas como tamaño , peso, material del cual se encuentra construido, la forma como se produjo el producto * Usos y cuidados preventivos que se deben saber para dar un correcto uso al producto.
	<p>Seguridad</p>	<p>Establecer medios apropiados para proteger en sus plataformas electrónicas que ofrezcan una garantía en la seguridad de las transacciones.</p>

	Servicio al cliente	Dentro de la plataforma se deben establecer ventanas o enlace en donde el consumidor pueda expresar su criterio por medio de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias.
	Reversión del pago	<p>quien participe en el proceso de compra deberá reversar el pago que solicite el consumidor en los siguientes casos:</p> <ul style="list-style-type: none"> * sea objeto de fraude o la operación no hay sido solicitada. * El producto adquirido no sea recibido. * El producto no corresponda al producto solicitado o sea un producto defectuoso. <p>Para las anteriores situaciones operan condiciones descritas a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Se debe presentar la queja ante el proveedor de los 5 días siguientes al conocimiento de la novedad por parte del consumidor.

Garantías

MATRIZ 2

Ley 1480 de 2011, por la cual se reglamenta el estatuto del consumidor en Colombia	<p>* El término de la garantía legal será de un año para productos nuevos o la correspondiente fecha de vencimiento cuando se trate de productos.</p> <p>Perecederos.</p> <p>* los productos usados podrán ser vendidos sin garantía aspecto que debe ser informado y aceptado al consumidor al momento de la compra o en su defecto</p>
condiciones de garantías	<p>Se entenderá que dicho producto tiene una garantía de tres meses.</p> <p>* La garantía empezara en el momento en el que es entregado el bien al</p>

	consumidor.
Suspensión y ampliación del plazo de la garantía	<ul style="list-style-type: none"> * La garantía se mantendrá suspendida mientras el consumidor se encuentre privado del uso del bien adquirido en relación a la garantía. * De presentarse un cambio total del producto y este es reemplazado por otro la garantía empezara nuevamente al momento de realizado el cambio. * Si el cambio se realiza en una o varias piezas del producto las mismas tendrán garantía propia.
Responsables de la garantía legal	<ul style="list-style-type: none"> * La responsabilidad de la garantía es representada solidariamente en los productos y proveedores.
Aspectos de la garantía legal Por parte del proveedor o productor	<ul style="list-style-type: none"> * como aspecto general es la reparación, el transporte y demás gastos que lleven a lugar la reparación del bien de manera gratuita, no poder llevar a cabo ninguna reparación sobre el bien se hace necesario la reposición o la devolución del dinero. * De repetirse la misma falla o un defecto en el producto el consumidor podrá elegir entre la nueva reparación, cambiarlo total o parcialmente por otro de la misma especie con características similares o devolución del total o parcial del dinero. * El proveedor deberá suministrar las instrucciones para la instalación, mantenimiento y como se debe dar el correcto uso. * disponer de asistencia técnica de instalación como también de mantenimiento la cual puede acarrear un costo adicional.

<p>Ley 1480 de 2011, por la cual se reglamenta el estatuto del consumidor en Colombia</p>	<ul style="list-style-type: none"> * La entrega material del producto debe ser de manera oportuna. En el tiempo dispuesto para dar trámite al proceso de garantía. * contar con la disponibilidad de repuestos, insumos y mano de obra capacitada, a pesar de haber dado término a la garantía. * el garante o quien realice la reparación deberá entregar al consumidor la constancia de reparación donde se enuncie : <ul style="list-style-type: none"> La descripción de la reparación efectuada. Las piezas reemplazadas o reparadas. La fecha en la que inicio la reparación La fecha en la que fue devuelto el producto al consumidor.
<p>Garantías suplementarias</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Esta es una garantía adicional a la legal que ofrece el proveedor o productor con el fin de ampliarla o mejorarla de forma gratuita u onerosa cuando el cliente autorice la misma. * Esta debe constar por escrito, debe ser de fácil comprensión y totalmente legible a simple vista.
<p>Exoneración de responsabilidad de la garantía</p>	<p>El productor o proveedor podrá exonerarse de la responsabilidad de la garantía en los eventos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> * fuerza mayor o caso fortuito. * hecho de un tercero. * Uso indebido por parte de un tercero. * El consumidor no tuvo en cuenta las instrucciones de instalación, uso o mantenimiento que se indicaron en el manual del producto o garantía.

Derecho de retracto

MATRIZ 3

	Derecho de retracto
Ley 1480 de 2011, por la cual se reglamenta el estatuto del consumidor en Colombia	<p>* El término máximo para ejecutar el derecho de retracto será de 5 días hábiles a partir de la entrega del bien.</p> <p>* El derecho de retrato se ejecuta dentro de los 5 días por parte del consumidor evento en el cual se resolverá el contrato y se reintegrará el dinero que se hubiese cancelado en razón a la compra.</p> <p>* El consumidor deberá devolver por los mismos medios y en las mismas condiciones el producto, los costos de transporte y demás serán asumidos por el consumidor.</p>
Excepciones	<p>* Contratos de prestación de servicio donde se haya iniciado la ejecución en común acuerdo con el consumidor.</p> <p>* En los contratos de suministro de bienes o servicios cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones de coeficientes del mercado financiero que el productor no pueda controlar.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> * En los contratos de suministro de bienes confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor o claramente personalizados. * En los contratos de suministro cuando por su naturaleza no puedan ser regresados o puedan fenecer con rapidez. * En los contratos de servicios de apuestas y loterías. * En los contratos de adquisición de bienes perecederos. * En los contratos de adquisición de bienes de uso personal.
--	--

OBJETIVO 2: identificar los procedimientos judiciales implementados en el ordenamiento jurídico para la defraudación consumidores electrónicos.

MATRIZ 4

<p>Ley 1480 de 2011, por la cual se reglamenta el estatuto del consumidor en Colombia</p> <p>Acciones jurisdiccionales de protección al consumidor son procedimiento en general</p>	<p>Los procesos que versen acerca de la violación de los derechos de los consumidores se tramitan por el proceso verbal sumario atendiendo a :</p> <ul style="list-style-type: none"> * La superintendencia de industria y comercio o juez competente conocerán a prevención. * La Superintendencia de Industria y Comercio tiene competencia en todo el territorio nacional y reemplaza al juez de primera o única instancia competente por razón de la cuantía y el territorio. * Será también competente el juez del lugar donde se haya adquirido el producto, o realizado la relación de consumo. * Cuando la Superintendencia de Industria y Comercio deba conocer de un asunto en un lugar donde no tenga sucursal podrá designar un funcionario de la institución para que por medios técnicos o tecnológicos se puedan llevar a cabo diligencias y audiencias donde se pueda comisionar un juez.. * Las demandas para efectividad de garantía, deberán presentarse a más tardar dentro del año siguiente a la expiración de la garantía. * Las controversias netamente contractuales, a más tardar dentro del año siguiente a la terminación del contrato.
---	---

	<p>* En los demás casos, deberán presentarse a más tardar dentro del año siguiente a que el consumidor tenga conocimiento de los hechos que motivaron la reclamación.</p> <p>En cualquier caso deberá aportarse prueba de que la reclamación fue efectuada durante la vigencia de la garantía</p> <p>* Para iniciar una acción no es actuar por intermedio de abogado.</p> <p>* Las ligas y asociaciones de consumidores constituidas de acuerdo con la ley podrán representar a los consumidores.</p>
<p>Dentro del contenido de demanda</p> <p>Sanciones</p>	<p>* Se debe identificar plenamente al proveedor o productor.</p> <p>* indicar el sitio donde se adquirió el producto.</p> <p>* Como medida cautelar la superintendencia de industria y comercio podrá de oficio o a petición de la parte implementar el bloqueo temporal de acceso hasta por treinta días (30) calendario, prorrogable por el mismo tiempo. Los medios electrónicos cuando se evidencien vulneración a derecho de los consumidores, hasta tanto no se investigue administrativamente al proveedor o productor.</p> <p>* Si la decisión final es favorable para el consumidor. La superintendencia de industria y comercio o el juez de conocimiento en única instancia deberán imponer al proveedor y productor una multa que puede oscilar hasta los ciento cincuenta salarios mínimos mensuales legales vigentes en favor de la (SIC).</p> <p>* No se procederá con la multad cuando el proceso llegue a una conciliación, transacción, desistimiento, el demandado se allana a lo que se le juzga dentro de la contestación de la demanda.</p> <p>En caso de haber incumpliendo la superintendencia de industria y comercio podrá:</p> <p>* sancionar además de la multa impuesta el equivalente a la séptima parte de un salario mínimo legal mensual vigente por cada día de retardo en el incumplimiento del pago.</p> <p>* decretar el cierre temporal del establecimiento.</p>

OBJETIVO 3: Exponer las falencias presentadas en el estatuto del consumidor, que no cuentan con la suficiente protección normativa acerca de la protección al consumidor electrónico en Colombia.

MATRIZ 5

Vacíos jurídicos identificados	Aspectos relevantes
Reglamentación de la identificación plena del proveedor o productor	Es común encontrar en plataformas de tiendas on line no cuentan con la identificación mínima requerida por los preceptos de ley.
Seguridad de la compra	En relación con las plataformas implementadas algunas se ven vulneradas por diferentes franquicias donde son tomadas las bases de datos de manos ajenas a la empresa que vende el producto al consumidor por internet.
Producto	Para el consumidor electrónico es un aspecto de desventaja. Ya que al llegar el pedido solicitado suele no ser lo que se esperaba por parte de quien compra debido a una información incompleta en sus características lo que produce una inducción al error.
Devoluciones de producto	Situaciones en las cuales la devolución se demora un tiempo prolongado más de lo establecido lo cual en algunas

	situaciones ocasionando perjuicios al consumidor.
Garantías	El tiempo en el trámite de garantías se hace prolongado ocasionando retrasos en las operaciones cuando se trata de elementos productivos.
Respuesta a peticiones. Quejas, reclamos, sugerencias.	Los seguimientos a los inconvenientes tenidos por el consumidor se vuelven prolongados en el tiempo de respuesta lo que crea desconfianza en el comercio electrónico.

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.

4.1. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

4.1.1. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

Protección implementada en la ley 1480 de 2011 y su reglamentación suplementaria sobre las políticas de compra, garantías, derecho de retracto para el consumidor electrónico en el país.

La ley 1480 de 2011, estatuto del consumidor ha sido la principal herramienta de protección a los consumidores en Colombia durante los últimos años, como aporte relevante de la estructuración de esta ley se establece en el título II capítulo VI por medio del cual se establece la protección al consumidor electrónico. En donde para su realización se hacen necesario el uso de los medios tecnológicos que hoy nos ofrece el mundo en que vivimos lo cual permite que se desarrolle el comercio en una forma más ágil, como lo manifiesta Mitchell (2009) “En su sentido más amplio el comercio electrónico envuelve la Conducción de los negocios usando más modernos instrumentos de comunicación: teléfono, fax, televisión, pago electrónico, sistemas de transferencia de dinero, intercambio electrónico de datos e Internet. Ha sido un gran cambio que proporcionaron las tecnologías en el mundo del comercio ya que gracias a la invención de estos elementos ha venido incursionando el desarrollo de las diferentes modos de venta y demás actividades que pueden desarrollarse a través de los medios virtuales.

Es de esta manera como el estado colombiano al pasar de las generaciones que en tiempos remotos han tenido cambios representativos para la sociedad en cuanto a la regulación de las

actividades que se evidencian trascienden ante el comportamiento de los ciudadanos otorga protección a los consumidores electrónicos con el fin de proteger la economía Keynes(1936) el estado, para conservar y volver más fuerte su régimen de capitalismo debe hacer parte activa de la vida económica para de esta manera salvaguardar la ganancia de los imperios capitalistas representativos. Por medios de la utilización de la tecnología. Para llegar a su fin se hace necesario otorgar mecanismos de defensa al consumidor final quien es quien contribuye al flujo de comercio dentro del desarrollo económico de un país.

El estatuto del consumidor colombiano tiene su esfera de ejecución la relación consumidor-empresa. Como lo interpreta águila (2000) existen seis modalidades de comercio electrónico caracterización en la que se encuentra el comercio realizado entre empresas y consumidor. Relación en la cual se encentra basada la ley 1480 de 2011, estatuto del consumidor figura que se representa entre una persona con los requisitos de ley para ejercer actividades de comercio y un consumidor persona que quiere satisfacer sus necesidades de forma ágil con tan solo un clic desde su dispositivo electrónico, sujetos de los cuales se desprende la relación contractual en la cual se realiza el proceso de compra dentro del comercio electrónico.

Es de gran importancia establecer de forma clara las políticas de compra por parte del vendedor dentro de la relación comercial ya que por medio de esta se establecerá el modo y las condiciones de la realización de la compra principalmente es el proveedor, como lo define Porto, Merino (2014) es la persona que abastece de bienes o servicios a una comunidad dentro un territorio determinado. Quien tiene el mayor acto de rigor en relación a la venta ya que por parte de este se debe establecer rectitud en la forma en que se trate de un ofrecimiento serio del producto en donde se manifieste el valor bien sea en moneda extranjera o nacional según el país de donde se valla a realizar la compra ya que puede ser posible el realizar transacciones bancarias en dinero de otras denominación teniendo presente el alcance universal que manejan los medios electrónicos en el mundo.

El estado del producto si este es nuevo o usado, para cualquiera de las dos situaciones se cuenta con una garantía en proporción del uso que allá tenido el mismo antes de la

realización de la compra por parte del consumidor, en disposición posterior a la evaluación del producto se realiza la verificación del valor del mismo como también de los diferentes gastos o costos que den lugar a la compra del producto en la relación del comercio a través de la distancia las anteriores cifras deben ser expresadas en su totalidad a la hora de la realización de la compra especificando cada detalle que dé a lugar a una compra efectiva por parte del consumidor quien en esta relación es el extremo débil ya que el único acceso que tiene al producto es la información presentada por el vendedor a través de medios digitales SIC(2018) manifiesta el derecho a la información en especial a Derecho a obtener en el mercado, de los productores y distribuidores, bienes y servicios que reúnan unos requisitos mínimos de calidad e idoneidad para satisfacer sus necesidades.

En cuanto al rigor de la compra por parte del proveedor se debe se debe presentar en el idioma propio en el caso de Colombia el idioma castellano el cual debe ser de pleno entendimiento por el consumidor en donde se realice una presentación con el nombre de la razón social la pertinente identificación con la que ejerce el comercio, datos de referencia como direcciones físicas para correspondiente notificaciones, números telefónicos o punto de contacto para de esta manera el consumidor electrónico pueda ejercer su derecho en la relación contractual por medios no tradicionales. En el momento de enunciar el medio de pago para la correspondiente cancelación del dinero para adquirir el producto por parte del proveedor se debe informar hacer del costo de impuestos a que hay lugar por la compra del producto como también los gastos de envío se de estos hubiese lugar. Manifiestarle de forma expresa el tiempo de duración que dé lugar a la entrega del producto al consumidor dentro de un tiempo proporcionado a la distancia que haya entre el proveedor y el consumidor. A la hora de la presentación del producto quien vende debe suministrar información de la herramienta que tiene el consumidor al momento que desee ejercer el derecho de retracto como lo manifiesta la superintendencia de industria y comercio SIC(2018), se trata de la facultad concebida en el estatuto del consumidor a la que el comprador puede devolver la intención de compra después de que esta se haya materializado, sin embargo no tiene aplicación para todas las situaciones. Con el fin de proceder a la resolución del contrato por medios electrónicos.

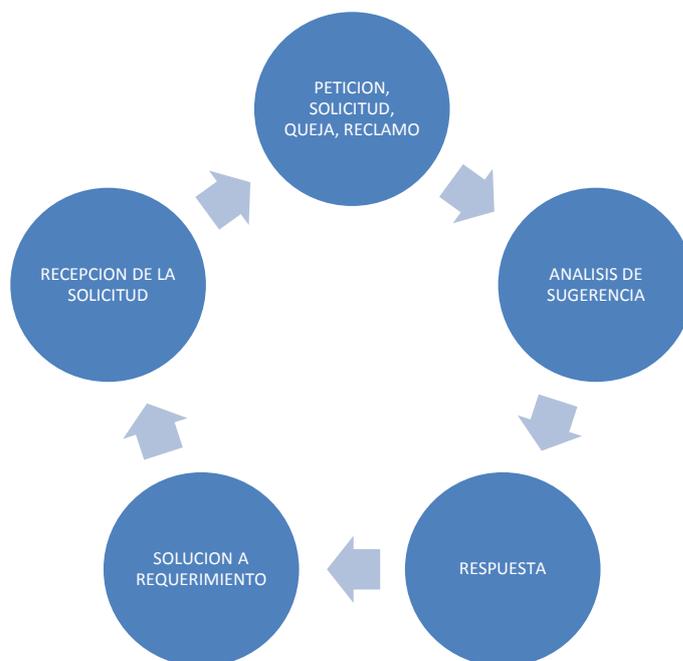
El material electrónico suministrado por el vendedor debe ser suficiente para que de esta manera el consumidor pueda bajo criterios claros y ciertos para que así pueda proceder a la

escogencia del producto deseado sin que por medio de alguna estrategia por parte del portal electrónico sea inducido al error. En los medios presentados por el proveedor en especial las imágenes estas deben presentar una representación aproximada que le dé una representación a una escala que le permita al consumidor poder establecer las dimensiones y tomar una decisión acertada en el proceso de comprar. Posteriormente el proveedor y productor debe de manera estricta dar a conocer la forma de cómo realizar un correcto uso del bien que se adquiere además de esto los cuidados a que haya lugar que tienen incidencia en el buen funcionamiento del producto.

El proveedor debe establecer de acuerdo a su política de venta el proceso de pago por medios virtuales como lo manifiesta Yohai(2015) Las entidades financieras han adquirido equipos sofisticados por miles de dólares para contrarrestar el delito. La Policía, tiene un numeroso grupo para afrontar el crimen financiero. El consumidor no le debe tener miedo a usar los medios de pago electrónicos. Haciendo alusión en virtud el aparte de referencia a invocar la invitación a los consumidores a que hagan uso de un modo fácil y rápido de adquirir bienes y servicios por medio de herramientas virtuales y de la misma manera hacer dinámico el ejercicio de la economía, En donde participan las entidades que emiten el pago por medio de las transacciones bancarias a través de plataformas de la web las cuales pueden ser realizadas de cualquier lugar en el cual se cuente con acceso a datos de internet. Este factor es de gran importancia al ofrecer a través de medios virtuales la garantía de seguridad al consumidor donde pueda realizar una compra con tranquilidad con la plena confianza en poder adquirir productos y de esta manera ingresar al mundo de las compras virtuales.

Además de la seguridad que se debe brindar por parte de quien vende a quien compra se debe prestar un servicio al cliente, como lo establece Serna (2006). Se establece servicio al cliente como las estrategias que una empresa diseña para lograr mejorar el nivel de satisfacción, necesidades y expectativas de sus clientes. El cual sea idóneo y eficaz el cual trabaje para que la compra del cliente se presente de manera exitosa y cumpla las expectativas que tiene el consumidor hacia la compra por medios virtuales, en las páginas de internet que prestan servicios de venta llamados también medios no tradicionales en Colombia se debe disponer

de un enlace o elemento de atención al cliente el cual debe estar compuesto por categorías como lo son peticiones, quejas, reclamos y sugerencias. Por medio de las cuales los clientes en medio de sus diferentes categorías pueden dar a conocer su perspectiva acerca del servicio que se le ha prestado a través del comercio electrónico de la siguiente manera:



Gráfica.1 realizada a partir de Base documental disponible en bizagi(2014).

A partir de la anterior gráfica y el análisis al documento fuente del estudio podemos interpretar los componentes básicos dentro de la interposición de un requerimiento y clasificarlo en las categorías expuestas a continuación:

* **Petición:** es una solicitud que una vez presentada esta misma se relaciona con los productos y servicios que se ofertan por parte del proveedor o productor al cual se le dirige la misma.

* **Queja:** por medio de esta expresión el consumidor busca ser escuchado por una inconformidad que representa una percepción negativa acerca la forma como fue prestado el servicio al cliente.

* **Reclamo:** por medio de esta expresión el cliente o consumidor manifiesta su insatisfacción acerca de lo que el mismo esperaba del bien o servicio que le fue ya sea vendido o suministrado por el vendedor electrónico.

* sugerencias: en este espacio para el cliente como las anteriores busca que la opinión del cliente sea escuchada por parte de quien vende o presta un servicio a través de medios virtuales con el propósito de que al llevarse a cabo la interpretación de la misma por medio del análisis de quien realiza la recepción. Esta contribuya al mejoramiento de la atención o un proceso que no se había tenido en cuenta por parte del proveedor en el proceso de la compra.

En la práctica comercial en medios virtuales es común la realización de transacciones bancarias que según el diario EL TIEMPO (2018) El número de transacciones realizadas a través de internet en Colombia siguen en aumento. Solo en el primer semestre del 2018 fueron realizadas 165 millones de transacciones electrónicas de acuerdo con cifras de ACH Colombia por diferentes medios de pago como lo son tarjetas de débito, crédito, plataformas al servicio de la recepción de pagos en operaciones a través de canales de internet, es por esta razón por la cual la vulneración de la seguridad se puede ver vulnerada por medio de plataformas virtuales en ciertas situaciones donde se hace necesario que se realice la reversión de pago realizado para este evento sin ninguna clase de autorización realizada por el cliente al momento de la compra y por lo tanto compromete la participación de los intervinientes como lo son plataformas intermediarias, entidades bancarias entre otras, en la realización de la transacción por la cual fue realizado el pago.

La reversión del pago Es la acción en la que el consumidor tiene la alternativa de solicitar la reversión del pago cuando se entere de alguna transacción de la cual no haya otorgado la respectiva autorización, o en el escenario sea objeto del fraude. Como lo define Lira (2010). Como una conducta delictiva cometida a través de tecnologías de la información y comunicaciones. El fraude se puede establecer por medio de múltiples modalidades a los cuales se puede estar expuesto al usar no solo modalidades no tradicionales de compra si no cualquier otro tipo por medio de operaciones bancarias.

Es causal de reversión de pago además la de la nombrada anteriormente, cuando el producto que se ha adquirido por medio de una compra electrónica a través de medios virtuales de comunicación y del mismo se realice el respectivo pago y se consolide la compra con la comunicación del correspondiente soporte al consumidor, donde se le indica a este que tiene

un determinado plazo para que llegada del artículo a donde se haya pactado la entrega, consolidado el anterior paso de rigor para que la venta se haga efectiva sucede que el producto no es recibido por el consumidor por diferentes razones con diversas atribuciones a quienes participaron de la venta.

Por tercera causa por la cual puede haber retorno de la transacción se identifica cuando se recibe la respectiva remesa o envío del productor o proveedor con destino al consumidor, donde posteriormente al llegar a las manos de quien compra se procede al verificar el producto este artículo se le encuentren características defectuosas como piezas partidas, golpes, rayones entre otras características que hacen notables los desperfectos en los elementos o cuando se trate de un bien que no guarda características con el solicitado por medio de la plataforma electrónica como lo contempla Jusinkans (2017). Una plataforma e-commerce es un agente que busca mejorar la comercialización de los productos por medio de la cual se busca aumentar ventas y disminuir costo.

El legislador en el momento de establecer la necesidad jurídica para el consumidor establece que son cinco días posteriores a que se dio por descubierta la novedad debe ser informado a la entidad que administra los fondos de los cuales se efectuó la operación electrónica como el banco o entidad financiera con la cual se tengan vínculos con portafolio de servicios de se trate de fraude, transacción no autorizada, proveedor o productor producto defectuoso o producto no solicitado por parte de quien funge como cliente dentro de la relación comercial.

Al momento de la realización de una compra por internet o en la utilización de medios virtuales cuando se trate de productos nuevos La garantía legal como la define Echeverría (2014). Esta se entiende deber a cargo del productor o expendedor de responder por la calidad, idoneidad, seguridad y el buen estado y Funcionamiento de los productos. Establecida por la legislación ley 1480 de 2011, enuncia de manera expresa el tiempo en el cual se prolonga la garantía legal estableciéndola por el lapso de un año la cual empezara su término para relaciones comerciales electrónicas en el momento en el cual es entregado el producto al consumidor o de lo plasmado en la fecha de vencimiento cuando se presente en relación con un producto perecedero.

Al momento de establecer la compra los artículos podrán venderse sin garantía siendo una comunicación expresa por parte del vendedor la cual tendrá su carácter de rigurosidad por escrito, en el caso de las ventas virtuales a través de medios tecnológicos este tipo de consentimientos de manera general se torna de manera aislada o muy poco comunes en esta relación ya que en su gran mayoría las ventas realizadas por comercio electrónico manejan productos con la garantía establecida por la normatividad objeto de estudio.

Para la suspensión de la garantía esta misma será evidente cuando el cliente no pueda realizar el respectivo uso para el cual adquirió el producto con motivo de que el producto que compro se encuentra restringido de su disfrute en razón a el servicio de garantía, definido por Roldan (2018) como un contrato o pacto que es exigible por alguna de las partes que participan en una relación comercial o jurídica, en este se pueden llegar a establecer dos situaciones las cuales deben llegar a ser comunicadas al cliente en un tiempo prudente, la primera de ellas es la realización del cambio total del producto por el cual será reemplazado en razón a un daño que no puede ser solucionado, situación en la cual empezara de nuevo el tiempo de la garantía, la segunda que se realice la reparación del producto realizando el cambio de una o varias piezas del artículo que está siendo objeto del proceso de garantía. Lo que trae consigo la entrega del mismo artículo con su reparación respectiva.

Dentro de la cadena de comercialización se presenta la situación de la responsabilidad solidaria Espinosa(2015) se trata de un supuesto de responsabilidad objetiva que puede explicarse a partir del incumplimiento de una peculiar obligación de seguridad que existe aun con prescindencia de un vínculo contractual entre consumidor y empresario en quien crea o realiza el producto para este caso el productor y para quien lo vende al consumidor final, para el comercio electrónico por ser una venta a distancia en cual la calidad del producto tan solo se puede evaluar en el momento en el que llega a la vista y es tocado por las manos del cliente, teniendo lo anterior podemos considerar también un factor determinante quien realiza el transporte de la mercancía desde el momento que es despachado del establecimiento o bodega de origen quien debe llevar el producto en perfectas condiciones en el recorrido nombrado anteriormente.

Dentro del estudio de la garantía también se llevó a determinar que los gastos generados a partir de la reparación como lo son servicios técnicos, reparaciones y transporte entre otros serán asumidos directamente por el productor o proveedor. También establece la normatividad que de no ser posible realizar la reparación del artículo del que se le está realizando el proceso de garantía se dará por parte del vendedor el reemplazo por uno de nuevo de la misma especie o similar según lo requiera el cliente o la devolución del dinero con el que se realizó la cuenta, cuando la venta se realiza por medios tecnológicos la esperar para la devolución del dinero se estima en treinta días de acuerdo a lo establecido en la ley 1480 de 2011.

Si efectivamente se realiza la reparación del producto se entrega al consumidor acción que debe realizarse en un espacio de tiempo oportuno el cual sea dispuesto de una manera razonable y posteriormente se presenta la misma falla de la primera vez o un defecto en el producto el consumidor podrá cambiarla por otro producto o solicitar la devolución en la totalidad de lo pagado o solo una parte. Cuando el proceso de garantía el deber del proveedor o productor en la atención de venta realizar el suministro de las instrucciones claras y precisas en idioma castellano Saveedra (2014) cuya normatividad está regulada por la Real Academia Española quien trabaja por la unidad del idioma español en los territorios en que se habla. como es el caso de nuestro país Colombia donde se exprese la forma de instalación del producto si esto fuese necesario, además la manera correcta en la que se debe realizar el mantenimiento y los cuidados que se deben dar al mismo para poder darle el uso adecuado al artículo en su trabajo normal con las características para la cual fue comprado por el cliente.

En cuanto al desarrollo del proceso de garantía para cuando se trate cuando el proveedor proceda a la reparación o sustitución debe tener contar o tener a la orden de la garantía repuestos de los artículos que comercializa cuando se trate de productos articulados que acepten reparación, insumos cuando se hagan necesario de acuerdo al caso puesto en el servicio de garantía y lo más importante personal capacitado para la realización de los trabajos correspondientes al arreglo de los producto que se hayan comprado en su momento.

Al momento de haber concluido con el servicio de garantía el haya realizado el procedimiento debe entregar al consumidor un documento en el cual se exprese de forma clara que tipo de adecuaciones se le efectuaron al bien, identificando las piezas que fueron cambiadas o reemplazadas en razón a la falla que presentaba el producto al momento de la reparación y finalmente la fecha inicial y la fecha en la que se retornó el producto al cliente para que este haga uso del mismo.

La garantía suplementaria establecida por la ley 1480 de 2011 hace alusión al valor agregado. Buscando una mejor oferta en la competencia del mercado que cada proveedor quiere dar a su producto la cual es una más garantía de mayor rango que la garantía legal como lo manifiesta Martínez (2016) La garantía es una obligación de carácter temporal, asignada solidariamente al productor/proveedor, en atención a los criterios de idoneidad, calidad y seguridad ofrecidos por el empresario o exigidos por la Ley, sin que ello suponga una prestación adicional al precio del producto. Esto permite establecer que como garantía adicional la misma debe constar por escrito presentándole la debida información al cliente en la cual se enuncien todos y cada uno de los aspectos relevantes acerca de las condiciones de la garantía adicional además de esto en la misma se debe establecer un diseño en el cual en la oferta realizada debe ser legible, clara, que permita una buena comprensión por parte del cliente para que de esta manera el consumidor tenga el suficiente conocimiento sin ser inducido a ningún tipo de error o que en esta misma se llegase a desprender alguna otra obligación contractual que incurra en gastos para el comprador.

Dentro de la normatividad objeto de estudio la ley 1480 de 2011 estatuto del consumidor también podemos encontrar las causales por las cuales proveedor o productor del bien adquirido por el consumidor puede ser exonerado de responsabilidad como lo son la fuerza mayor o caso fortuito, cuando el hecho o maniobra que causo el daño del artículo se encuentre atribuido a un tercero. Además de estos y la más importante de todas se concentra en las instrucciones de instalación como la forma de como adecuar el ambiente los espacios y la forma correcta de como iniciar el funcionamiento en caso de que se trate de un dispositivo electrónico o similares,.

El uso teniendo en cuenta el respectivo cuidado para con el elemento en la utilización en actividades para lo cual fue creado por el productor y por último los mantenimientos a que dieran lugar en forma periódica de manera ya sea diario, semanal, mensual o anual. Cuando

la compra se realiza por medios electrónicos el consumidor no tiene la posibilidad de palpar el artículo que está comprando esto representa que ante un daño o desperfecto el cliente tan solo tendría la oportunidad de verificar su producto en el momento en el cual le es entregado en sus manos, esta situación después de la seguridad de las transacciones que se realizan viene siendo la segunda desventaja que tiene el comercio electrónico para el consumidor en vista de que se configura como la parte débil en este tipo de relación comercial.

Finalmente dentro de la política de compra establecido en la ley objeto de estudio podemos encontrar el derecho de retracto el cual se encuentra establecido en el artículo 47 de la ley 1480 de 2011, el cual se entiende como la el arrepentimiento y la posibilidad que le ofrece la ley a un consumidor como medida de protección . Como lo manifiesta Henry Sosa Olan (2015).la función principal del derecho de desistimiento es proteger al Consumidor en ciertas formas de conclusión del contrato. Que aunque este no se trate de una figura novedosa ya que desde la regulación anterior venía siendo una herramienta para los consumidores, este derecho de retracto no se consolida en todas las relaciones comerciales pues es otorgado en ventas donde se realiza una financiación directa en el que hace las veces de vendedor, las ventas no tradicionales, los tiempos compartidos y las ventas a distancia. Esta última realizada por medio del comercio electrónico

El derecho de retracto es la facultad que tiene el consumidor quien ejerce el mismo con la intención de darle resolución a lo pactado en la compra y a partir de este proceder con la devolución del producto y por ende solicitar la devolución del dinero cuando se trata por una compra a través de un medio electrónico. El plazo en tiempo para que por parte de quien compra el producto es de hasta cinco días a partir de la entrega del bien físicamente a quien realiza la compra, de solicitarse el derecho de retracto por parte del consumidor este deberá devolver por los mismos medios y en las mismas condiciones el artículo comprado asumiendo el los costos del transporte y demás que acarree la logística de la devolución a este se le devolverá el dinero que hubiese pagado por la compra.

Excepciones del derecho de retracto.

* Contratos de prestación de servicio donde se haya iniciado la ejecución en común acuerdo con el consumidor. Ya que ante el inicio de las labores aprobadas por el consumidor se torna imposible que se ha devuelto el trabajo ya realizado en el inicio de la ejecución. Teniendo en cuenta que la actividad se define SIC (2018) en el 2 del artículo 18 de la Ley 1480 de 2011, el prestador del servicio, asume la custodia y conservación adecuada del bien y por lo tanto, de la integridad de los elementos que lo componen, así como la de sus equipos anexos, salvo las anotaciones expresas referentes a defectos o averías del bien y sus accesorios en el momento de recibir el mismo

* En los contratos de suministro de bienes o servicios definidos por lacruz(2009) son aquellos cuyo objeto es la adquisición, arrendamiento financiero, arrendamiento con o sin opción de compra, de productos o bienes muebles. como cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones de coeficientes del mercado financiero que el productor no pueda controlar, el control del mercado financiero a través de las tasas de cambio que existen en el mundo de las finanzas, no son de control de quien vende ni de quien realiza la compra. Situación en la cual radica la razón por la cual este tipo de relación no da lugar a que el consumidor se retire del negocio en su compra a través de comercio electrónico.

* En los contratos de suministro de bienes confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor o claramente personalizados. En este tipo de relación contractual es notable establecer que en el momento de realizar él encarga de prendas por el consumidor con logos de determinada marca haciendo alusión a un ejemplo, se configure una perdida para el proveedor o productor la devolución de las mismas ya que evidentemente no tendría con quien comercializar estos artículos en un aproxima oportunidad.

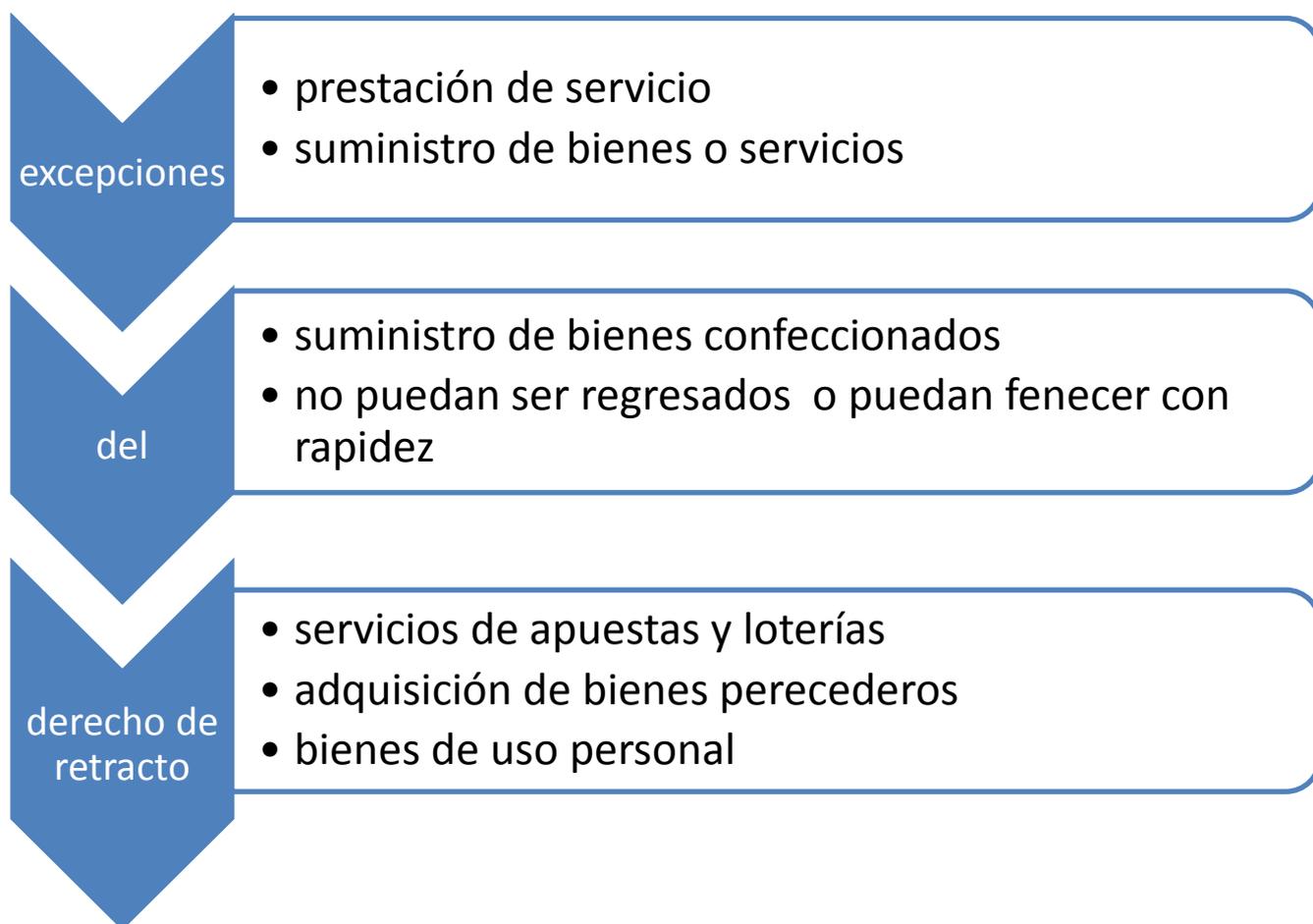
* En los contratos de suministro cuando por su naturaleza no puedan ser regresados o puedan fenecer con rapidez. Hace alusión a productos bienes o servicios cuyas condiciones de ambiente tienen un tiempo de vida útil En el cual no se hace posible la devolución de acuerdo a las condiciones que este mismo posee.

* En los contratos de servicios de apuestas y loterías, este contrato por tener un carácter aleatorio en su sorteo selecciona un numero adquirido por el consumidor el cual en virtud de tener acierto el ganador que dentro de las políticas de las loterías no puede hacer uso del

derecho de retracto en virtud de que fue el beneficiario favorecido por la suerte y no da lugar a que haya algún tipo de arrepentimiento acerca del dinero ganado.

* En los contratos de adquisición de bienes perecederos, cuando se adquieren bienes perecederos estos cuentan con características especiales de mano factura en virtud de los elementos con lo que son producidos son elementos que necesitan de estados de conservación requeridos lo cual trae consigo un cuidado especial que se ve reflejado en la calidad del producto en el momento de la entrega o cuando este es comprado por medios virtuales.

* En los contratos de adquisición de bienes de uso personal. De la misma forma como se expresa los enunciados son bienes que generalmente no son idóneos para que otra persona los utilice debido a su calidad de uso de cada persona.



Grafica 2. Fuente: elaboración propia, a partir del artículo 47, ley 1480 de 2011, estatuto del consumidor.

Al proceder con el derecho del retrato debe por parte del proveedor la devolución del dinero sin realizar ningún tipo de descuentos al valor cancelado por el cliente ni tampoco cambiarlo por otro tipo de artículo o título valor equivalente al valor por el cual se realizó la compra. El tiempo estimado para el reintegro es de un máximo de 30 días calendario que inician su término desde el momento en el que el cliente manifiesta iniciar la acción. Además de las condiciones expresadas en la presente ley también se considera ilegal cualquier cláusula que mediante una compra virtual se determine que quien compra no puede hacer uso de derecho de retrato excepto quienes encuadren en las relaciones que no admiten el mismo.

Procedimientos judiciales implementados en el ordenamiento jurídico para la defraudación consumidores electrónicos.

La regulación del ordenamiento colombiano contempla en su ordenamiento jurídico procedimientos con los cuales los consumidores pueden interponer acciones con el fin sea materializada la defensa de sus derechos ante los estrados judiciales cuando sean vulnerados o se han omitidas las obligaciones de los proveedores, productores y demás agentes que intervengan en los procesos de compra con la implementación de los medios electrónicos como lo son plataformas, portales virtuales.

La existencia de la relación comercial la cual se establece por medio de la utilización de medios electrónicos los cuales son la herramienta para llevar a cabo el contacto visual que tiene el cliente hacia el bien o servicio ofertado, pero además de esto y principalmente el resultado es producto de la acción humana que interviene en cualquiera de las partes que participan en el proceso de compra. Esta relación como hasta el día de hoy la mayoría de la acciones de las personas con capacidad para contratar llevo a que esta venta a distancia determinada no tradicional fuese legislada a lo correspondiente en materia de diferencias que

puedan llegar a ocurrir dentro de la realización de la compra siendo entre humanos y por ende se hace inherente el desarrollo de un conflicto.

Cuando de inconformidades dentro del proceso de compra se trata más exactamente hacia la vulneración de derechos de quienes compran bienes o servicios por medio de plataformas virtuales podrán iniciar las acciones correspondientes por medio del proceso verbal sumario. Este proceso se atribuye a un proceso por audiencias y es siempre de única instancia donde los procesos se pueden tramitar en razón a su naturaleza o a su cuantía. ART () CODIGO GENERAL DEL PROCESO. En principio conocerán a prevención el juez competente o la superintendencia de industria y comercio entidad encargada de velar por los derechos del consumidor que para nuestro proyecto de investigación corresponde a la protección al consumidor electrónico. La competencia de la SIC abarca el territorio nacional y puede llegar a reemplazar a reemplazar al juez de única instancia siendo competente en cuantía y en el territorio nacional.

Cuando los hechos reprochables sucedan en un territorio en donde la superintendencia de industria y comercio no tenga una sucursal delegada podrá llevar a cabo los requerimientos del proceso a través de medios tecnológicos que garanticen los de derechos de forma correcta.

El consumidor que resulte afectado en razón de la efectividad del proceso de garantía deberá ser presentada a más tardar dentro del año siguiente a la que haya fenecido la garantía. De igual cuando se trate de controversias contractuales o cuando el consumidor haya tenido conocimiento de los acontecimientos que llevaron a motivar la reclamación.

Como característica del inicio del proceso de reclamación ante la SIC por medio del proceso verbal sumario se debe presentar como prueba la reclamación que fue interpuesta durante la vigencia de la garantía, para llevar a cabo el ejercicio de la acción no se hace necesario ser asistido por un abogado también en el territorio nacional se puede actuar en derecho por medio de las ligas y asociaciones de consumidores legalmente constituidas.

Como características formales del proceso se debe tener en cuenta que para interponer un proceso en razón a inconvenientes presentados en el proceso de compra se debe tener identificando plenamente el proveedor o productor para efectos de la imputación de la acción u omisión que llevo a la afectación del cliente, además de eso especificaciones como el tiempo y la ubicación geográfica donde se desarrolló la compra.

En el desarrollo del proceso la superintendencia de industria y comercio por medio de medidas cautelares proceder con el bloqueo temporal de los medios electrónicos por los cuales el proveedor o productor realiza su actividad comercial de hasta treinta días prorrogables Por el mismo tiempo. Dentro de la controversia del consumidor y el proveedor o productor abra lugar a funciones correspondientes cuando una de las dos partes sea vencidas en el litigio, no abra lugar a sanciones que en su mayoría se trata de amonestaciones pecuniarias que pueden llegar hasta los ciento cincuenta salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Falencias presentadas en el estatuto del consumidor, que no cuentan con la suficiente protección normativa acerca de la protección al consumidor electrónico en Colombia.

En Colombia en los últimos años ha aumento el uso de plataformas electrónicas las cuales han sido de gran utilidad a los consumidores quienes por factores de tiempo o distancias buscan satisfacer sus necesidades de una mejor forma. En la realidad comercial que se vive hay plataformas online que no cumplen con los requisitos establecidos por el estatuto del consumidor como lo son la comunicación por medio de enlace a la cual tiene derecho a acceder a las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias en línea directa con la superintendencia de industria y comercio. Entidad encargada de velar proteger los derechos de los consumidores en nuestro país.

La seguridad que hoy en día ofrece las empresas y las plataformas de ventas por internet se ven vulneradas en sus bases de datos en el momento de la realización de la fidelización, cuando el cliente realiza su compra por primera vez es importante además de esto también el

consumidor electrónico se ve expuesto a fraudes electrónicos en los cuales son víctimas de delitos cibernéticos.

Dentro de nuestra legislación colombiana el estatuto del consumidor en cuanto a este aspecto se encuentra Reglamentación de la identificación plena del proveedor o productor. Es común encontrar en plataformas de tiendas on line no cuentan con la identificación mínima requerida por los preceptos de ley. Seguridad de la compra En relación con las plataformas implementadas algunas se ven vulneradas por diferentes franquicias donde son tomadas las bases de datos de manos ajenas a la empresa que vende el producto al consumidor por internet.

Producto Para el consumidor electrónico es un aspecto de desventaja. Ya que al llegar el pedido solicitado suele no ser lo que se esperaba por parte de quien compra debido a una información incompleta en sus características lo que produce una inducción al error. Esta situación es muy común teniendo en cuenta que a pesar de que los medios tecnológicos permiten poder observar minuciosamente el producto a través de fotografías impide al consumidor electrónico saber su tamaño real cuando se ausenta la escala a la que debe ser presentada la imagen del producto.

Devoluciones de producto. A modo de ejemplo dentro del comercio electrónico si al realizarse una compra en una plataforma virtual a una empresa nacional con sedes físicas en la ciudad se realiza un pedido de una talla y un color específico momento de recibir el producto llega a las manos del consumidor una talla diferente a la solicitada, al escribir una solicitud de pqr a la empresa la misma le solicita que por favor devuelva el producto para el respectivo cambio de la talla correcta. El cliente hace el procedimiento y espera más de 15 días sin tener respuesta alguna de parte del proveedor, procede a llamar a la empresa y le manifiestan que la talla no se encuentra un inventario y que le darán un bono para cambiarlo por otra prenda que sea de su gusto al recibir el bono el consumidor ingresa de nuevo a la plataforma y escoge de nuevo la misma prenda con su correspondiente color y talla y esta vez hace una compra exitosa y recibe su talla correcta.

En el caso anterior se puede ver como la empresa deja de lado los derechos del consumidor y escudada bajo políticas de venta propias de la empresa hacen que el cliente se someta a ellos en vista de que ya se les cancelo el valor del producto que se adquirió este es un evento en el cual se pueden se ven afectados los intereses del cliente, que aunque se encuentre una superintendencia de industria y comercio que ejerce los respectivos controles sobre la empresas se hace necesario que el plazo para dar solución a un cliente sea de manera inmediata y no dentro de los 30 días como lo establece la norma. Debido a que aunque se supone hay tiempos de desplazamiento y demás que son del caso comprender el cliente no tiene por qué esperar solucionar tardías o que solo se dan cuando se realizan llamados de atención ante la superintendencia de industria y comercio.

en el cual Situaciones en las cuales la devolución se demora un tiempo prolongado más de lo establecido lo cual en algunas situaciones ocasionando perjuicios al consumidor.

Garantías El tiempo en el trámite de garantías se hace prolongado ocasionando retrasos en las operaciones cuando se trata de elementos productivos.

Respuesta a peticiones. Quejas, reclamos, sugerencias Los seguimientos a los inconvenientes tenidos por el consumidor se vuelven prolongados en el tiempo de respuesta lo que crea desconfianza en el comercio electrónico.

4.2. ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

El e-commerce o comercio electrónico como lo define Rodríguez (2015). Es una relación en que se provee la distribución, compra, venta, marketing y asistencia de información de artículos o servicios a través de Internet. es así como a través de las A través de estas relaciones comerciales en medios virtuales encontramos categorías de comercio electrónico como lo son empresa-empresa, consumidor-empresa y consumidor-consumidor. Como lo manifiesta Moreno, Vacas(2002). En la legislación colombiana más exactamente en la ley 1480 de 2011, dentro de su nuevas inclusiones para este año trae consigo el título VII. Que hace referencia a la protección contractual que brinda el estado al consumidor y más exactamente en el capítulo VI, que trata de la protección al consumidor electrónico.

La investigación evidencia un ley 1480 de 2011, estatuto del consumidor en donde se encuentra plenamente identificado cada uno de los requerimientos y situaciones que pueden llegar a fracturar el orden económico del país pues se trata de una regulación protectora más que del bienestar del consumidor simplemente del mantenimiento del orden de la economía, como lo enuncia Averitt, Lande (2014) la soberanía del consumidor la ley antimonopólica y de protección al consumidor. Enuncia la política de estado en donde el gobierno de turno, busca proteger sus intereses bajo el nivel que tiene sobre los administrador situación que da a lugar a la constitución de monopolios donde tan solo algunos derechos son reconocidos para los consumidores y otros tantos no son regulados en virtud de diferentes intereses.

En el tema de política de compra efectivamente se puede tener en cuenta que dentro de la regulación ante un proceso de devolución por garantía efectivamente se realiza el trámite de la garantía realizando reparaciones al producto comprado a través de medios virtuales y de igual manera siendo devuelto el mismo producto para el caso de un dispositivo eléctrico o un electrodoméstico. No es justo que un consumidor que realiza su pago a través de medios de pago electrónicos además de esto haga aportes de impuestos dentro de la compra como lo es el I.V.A el cual define Leal (2018) como una contribución tributaria que se aplica en

referencia a los precios que los consumidores cancelan por los bienes y servicios, es un impuesto indirecto y de orden nacional.

Después de haber reparado el artículo sea devuelto al consumidor cuando el pago el valor de un producto nuevo sin ninguna clase de reparaciones. Ya que este compra un producto nuevo para poder disfrutarlo para la destinación que ha sido adquirido.

Para el año en el que fue legislado y debatido el actual estatuto del consumidor se remonta al año 2011 año en el cual el conocimiento o la implementación de plataformas virtuales que manejan relaciones comerciales era muy remoto, la llegada de los dispositivos electrónicos móviles como los celulares inteligentes trajo consigo que se abriera con la misma la puerta a la tendencia del comercio electrónico en donde empezó a surgir la relación comercial entre consumidor- consumidor. El concepto es definido por el estatuto del consumidor colombiano(2011) puede ser una persona natural o jurídica quien finalmente, compra disfruta y utiliza determinado producto en la cadena de comercialización. Cual el día hoy no tiene ninguna clase de regulación en el país ya que al establecer una relación comercial entre dos personas entre las cuales ninguna tiene la calidad autorizada para comercializar productos a través de medios electrónicos simplemente se estaría hablando de comercio informal ya que este no representa ninguna clase de obligación constituyendo en este aspecto a una de las falencias que se presentan en la presente legislación.

En las relaciones comerciales electrónicas se encuentran diferentes situaciones en las cuales se hace necesaria la existencia de una solemnidad que permita la plena identificación del consumidor con el vendedor elemento que no es muy común cuando se habla del comercio a través de medios electrónicos un ejemplo de ello es que hoy en día cualquier persona puede por medio de una cuenta en una red social dar inicio a la comercialización de productos y servicios sin ningún control ejercido por una entidad que controle el comercio. Por citar un ejemplo a continuación:

Existen situaciones en las cuales un comprador que ocasionalmente hace uso del comercio electrónico desea hacer una compra a través de la red social de instagram, al hablar con el vendedor que le brinda todas las herramientas para efectuar la transferencia de pago y todo lo correspondiente a envíos. Al ser concluido el proceso por parte del consumidor y al enviar el

soporte del pago el vendedor le contesta que en 4 días le llegara su pedido, transcurrido dicho tiempo el consumidor evidencia que el envío no ha llegado a sus manos y procede entrar en contacto con el vendedor quien ya no responde. Finalmente cuando el consumidor se acerca a interponer la respectiva denuncia en la fiscalía general de la nación, este mismo perfil de instagram tiene acerca de 16 denuncias por la misma razón sin que la autoridad competente tome ninguna acción que repela el comportamiento de la persona que realiza esta clase de estafa haciendo uso de identidades falsas.

En el anterior escenario se puede concluir que ante la falta de control en cuanto a regulación y formalización del comercio electrónico cuando una persona natural pone en disposición de venta productos sin tener ninguna clase de registro electrónico que lo haga comerciante oficial en las redes sociales o sin que medie una base de datos que permite al consumidor buscar y efectivamente en la consulta darse cuenta de que esta depositando la confianza en un vendedor que tiene aprobación para realizar ese tipo de ventas a través de las redes sociales

El consumidor de hoy en día se encuentra en un mayor contacto con el mundo virtual lo que trae consigo que donde de su búsqueda por pertenecer a un conglomerado social como lo expresa la teoría de la escuela sociológica veblen(1987) buscar seguir o hacer parte de un grupo social en específico. Es así como la psicología de los clientes se ve reflejada en la búsqueda por pertenecer al mundo moderno al hacer uso de las ventas a distancia hecho que trae consigo que a partir de esta teoría cada vez más persona quieran hacer parte del mundo de las tecnologías como auge dentro de una sociedad que ha representado un acelerado crecimiento en los últimos años.

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

La ley 1480 de 2011, tan solo protege un porcentaje de la relación empresa-consumidor de comercio electrónico en Colombia. Debido a que como primera medida la ley 1480 de 2011 es una ley proteccionista del orden económico y por consiguiente el orden social pero no del cada caso en concreto del ciudadano quien cuando interpone una queja ante la

superintendencia de industria y comercio quien de manera coercitiva obliga a la empresa a responder por el producto averiado o dañado en virtud de su buen uso, deja de lado los intereses del consumidor en cuanto a los perjuicios que se le causaron en virtud de la desatención de la empresa con respecto al requerimiento que tenga el cliente frente a la experiencia de compra.

Mientras que la protección al consumidor electrónico con relación a la categoría consumidor-consumidor, es nula en cuanto a la configuración de una normativa que defiende o regule los derechos de quien accede a una plataforma virtual a realizar compras con otro consumidor. El problema radica en la falta de control por parte del estado en relación a las redes sociales y plataformas electrónicas comunes en el país como Facebook, instagram, olx, entre otras en las cuales se crea una cuenta en la cual se comercializan productos sin la necesidad de estar inscritos en un registro mercantil ni tampoco tener direcciones físicas. Lo cual está a el alcance del consumidor quien efectúa su compra por este tipo de plataformas y es estafado por estas personas que simplemente tienen muchas más denuncias en la entidades como la fiscalía general de la nación y por ningún caso ha sido respondiente ante la conducta típica, antijurídica y culpable debido a el difícil acceso a datos de filiación de la persona que crea el perfil para realizar las ventas.

RECOMENDACIONES

Necesidad de la realización de una regulación que sea incluyente en cuanto a los daños y perjuicios materiales de los cuales son víctimas los consumidores cuando se produce una excesiva demora en los procesos de cambio, garantía o reparación de los artículos comprados por medios virtuales.

Dentro de los nuevos planteamientos de la ley 1480 de 2011. Se fomentaría la reglamentación de la relación entre consumidor- consumidor. Que para nuestra época es un actividad que a menudo se realiza por medios electrónicos Atendiendo a la protección del consumidor que más que una política de estado en relación con la economía sea una política protectora de los intereses de cada uno de los ciudadanos de a pie.

La implementación de la seguridad informática por medio de la implementación de las herramientas al alcance para combatir los delitos y fraudes informáticos de una forma certera y contundente para de esta forma garantizar y familiarizar al consumidor con la economía por medios virtuales.

Es necesaria la atención a programas públicos dirigidos por la superintendencia de industria y comercio donde se promocionen campañas para la utilización de medios electrónicos para la realización de compras en virtud del desarrollo que tiene el mundo globalizado y además de esto brindar seguridad jurídica a los compradores por internet.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Antecedentes.

Andrea velandia morales y wilson lópez lópez (2008). Investigación cualitativa y psicología

Del consumidor: alternativas de aplicación. Disponible en

<http://www.scielo.org.co/pdf/apl/v26n2/v26n2a13.pdf>.

Sara milena aguirre barrera (2015). La eficacia del estatuto del consumidor en perspectiva de

Derecho comparado: Colombia y la unión europea. Disponible en

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/2007/1/LA%20EFICACIA%20DE%20EL%20ESTATUTO%20DEL%20CONSUMIDOR%20EN%20PERSPECTIVA%20DE%20DERECHO%20COMPARADO%20COLOMBIA%20Y%20LA%20UNI%20C3%93N%20E.pdf>

Daniel Ossa Gómez (2013). Definición, delimitación y análisis del ámbito de aplicación del

Nuevo estatuto del consumidor (ley 1480 de 2011). Disponible en
<https://revistas.upb.edu.co/index.php/derecho/article/view/1944/1786>.

Carlos Mario de la espriella oyola, margarita Irene jaimes Velázquez y beronica narvaez

Mercado (2016). El nuevo Estatuto del Consumidor: análisis de su promoción y conocimiento en el municipio de Sincelejo. Disponible en
<http://www.scielo.org.co/pdf/just/n31/0124-7441-just-31-00103.pdf>

Verónica María Echeverri Salazar y Julián E. Ospina Gómez (2015). La regulación de la

Publicidad en el nuevo estatuto del consumidor. Implicaciones desde la teoría del contrato. Disponible en
<https://revistas.udem.edu.co/index.php/opinion/article/view/1553/1598>

Wilson Iván Morgestein Sánchez (2014).El concepto de información en el Estatuto del

Consumidor colombiano. Un estudio jurídico de la institución en la Ley 1480 de 2011. disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/esju/v17n1/v17n1a06.pdf>

Luis Cotes, Alfredo Bula, Andrea Otero (2012).Limitaciones de la Ley 1480 de 2011 en

Relación con los medios de pago y el plazo de ejercicio del derecho de retractación. disponible en
<https://www.uninorte.edu.co/documents/4368250/4488391/Limitaci%C3%B3n+de+la+Ley+1480+de+2011+en+relaci%C3%B3n+con+los+medios+de+pago+y+el+plazo+de+ejercicio+del+derecho+de+retractaci%C3%B3n/d3ac1e66-e1fc-429a-8ba3-cc6e72a1d3e6>

Catalina López Márquez y Viviana de Jesús martelo Angulo (2012).la protección del

Consumidor en Colombia en la ley 1480 de 2011 a partir de las directrices de la resolución 39/248 de la ONU. Disponible en <http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/831/1/MONOGRAF%C3%8DA%20DE%20GRADO.pdf>

Fernando Motta cárdenas (2015). La protección del consumidor en el comercio Electrónico

en Colombia. Disponible en https://urepublicana.edu.co/images/libros_pdf/978-958-5447-06-6.pdf

Mariana Bernal-Fandiño(2012).ventas a distancia y su tratamiento en el nuevo estatuto del

Consumidor disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/vniv/n124/n124a03.pdf>

TEÓRICOS

Teoría postkeynesian, documento ilustrativo se en cuenta disponible en

<http://elpostkeynesiano.blogspot.com/p/que-es-la-escuela-postkeynesiana.html>.

Estrategia de Branding para E-Commerce: 3 Teorías del Consumidor. Documento disponible

<https://ecommaster.es/estrategia-de-branding-para-ecommerce>.

Contextual

Decreto 410 de 1971, por el cual se realiza la expedición código de comercio disponible en

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjurMantenimiento/normas/Norma1.jsp?i=41102>

Jiménez, C. (2008). Metodología de la Investigación Tecnológica. Disponible en

<http://www.slideshare.net/GestioPolis.com/metodologia-de-la-investigacion-tecnologica>.

NORMATIVO.

Superintendencia de industria y comercio publicación estatuto del consumidor ley 1480 de

2011 disponible en

http://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Nuestra_Entidad/Publicaciones/DO%2048220%20Ley%201480%2012%2010%2011%20Estatuto%20del%20Consumidor.pdf

Metodología.

Ricoy Lorenzo, Carmen Contribución sobre los paradigmas de investigación Educación.

Revista do Centro de Educação, vol. 31, núm. 1, 2006, pp. 11-22 Universidade Federal de Santa Maria Santa Maria, RS, Brasil, disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/1171/117117257002.pdf>

José Manuel Coronel Llamas (2002) universidad de Huelva, enfoque cualitativo, disponible

<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1916/b15150343.pdf?sequence=1>

La fenomenología desde la perspectiva hermenéutica de Heidegger: una propuesta metodológica

Para la salud pública <http://www.scielo.org.co/pdf/rfnsp/v33n3/v33n3a14.pdf>.

Ruiz Pérez, Rafael. El análisis documental: bases terminológicas, conceptualización y

Estructura operativa. -- Granada : Universidad de Granada, 1992.

Resultados.

John Maynard Keynes(1936). Diccionario de economía política, Documento ilustrativo

Disponible en <http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/k/Keynes.htm>.

Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado (2014).Definición de proveedor articulo

disponible en dirección en <https://definicion.de/proveedor/>.

L.E Águila (2000) en su libro “Comercio Electrónico y Estrategia Empresarial”, página 42,

Enumera clasifica el comercio electrónico en estos tipos.

Artículo de prevención y protección al consumidor establecido por la superintendencia de

Industria y comercio disponible en <http://www.sic.gov.co/noticias/sabe-usted-que-es-el-derecho-al-retracto>.

Alberto Samuel Yohai, presidente ejecutivo de la CCIT (2015) artículo disponible en

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16424325>.

Humberto Serna Gómez (2006), Servicio al cliente una nueva visión: clientes para siempre:

metodología y herramientas para medir la lealtad y satisfacción. Texto disponible en https://books.google.com.co/books/about/Servicio_al_cliente_una_nueva_visi%C3%B3n.html?id=jhgjQAAACAAJ&redir_esc=y.

Características de solicitudes presentadas por Bizagi (2014). Nombre del artículo, recuperado

En: <http://www.bizagi.com/processcentral/Documents/d66a9535-e574-40e6-a725-c5b09af41f21/docs/Descripci%C3%B3n%20PQRS.pdf>.

Artículo transacciones en Colombia, artículo de diario nacional se encuentra disponible en

<https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/que-tan-seguro-es-hacer-transacciones-por-internet-273242>.

Oscar Manuel Lira Arteaga. (2010), México. Contenido texto se encuentra Disponible en

https://revista.seguridad.unam.mx/sites/default/files/revistas/pdf/num_06_0.pdf.

Superintendencia de industria y comercio (2018) disposición de contenido para información a

Los consumidores <http://www.sic.gov.co/deberes-y-derechos-como-consumidor>.

Diego Junsinkas, (2017). ¿Qué es una plataforma de comercio electrónico y cómo elegir la mejor

para tu negocio?, artículo disponible en <https://marketing4ecommerce.mx/plataforma-de-comercio-electronico/>.

Laura Echeverría García. Universidad de los Andes Facultad de Derecho Revista

De Derecho Privado N.o 52 Julio - Diciembre de 2014. ISSN 1909-7794
<http://www.redalyc.org/html/3600/360033223009/>

Paula Nicole roldan, (2018). Garantía, definición en documento ilustrativo disponible en

<https://economipedia.com/definiciones/garantia.html>.

Brenda Espinosa Apráez(2015). La responsabilidad por producto defectuoso en la Ley

1480 de 2011. Explicación a partir de una obligación de seguridad de origen legal y constitucional. Texto disponible en <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/derpri/article/view/4134/4746>.

Elena Saveedra (2018), el origen y la evolución del español documento disponible en la

dirección <https://www.culturamas.es/blog/2014/09/01/el-origen-y-la-evolucion-del-espanol/>.

Juan Carlos Martínez Salcedo Sábado, 2 de julio de 2016, artículo relacionado con la garantía

¿Qué ha de entenderse por garantía?. Disponible en <https://www.asuntoslegales.com.co/consultorio/el-concepto-de-garantia-legal-en-el-derecho-del-consumo-2395771>

Libro tercero, sección primera, título II, proceso verbal sumario de código general del
Proceso Ley 1564 de 2012.

M.^a Teresa Lacruz Lázaro (2009) Jefa del Servicio de Secretaría de la Diputación Provincial
de Huesca. Documento El contrato de suministros y el contrato de servicios. Notas
prácticas aproximativas a su regulación en la Ley de contratos del sector público para
su aplicación a las entidades locales. Disponible en
http://repositorio.gobiernolocal.es/xmlui/bitstream/handle/10873/1094/contr_publicos_16_lacruz.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Superintendencia de industria y comercio, 2018, apoyo a conceptos a disposición de
Ciudadanía en dirección <http://www.sic.gov.co/problemas-en-la-prestacion-servicio>.

Cristina Rodriguez Merino(2015), Community manager, ¿ Qué es E-commerce o
comercio electrónico ? Documento disponible en <https://marketingdigital.bsm.upf.edu/e-commerce-comercio-electronico/>.

Adriana Carolina Leal (2018) Periodista de la Universidad del Rosario, ¿qué es el
IVA? Texto disponible en <https://www.siigo.com/blog/empresario/que-es-el-iva/>.

M. Martín-Moreno, F. Sáez Vacas.(2002). Grupo de Sistemas Inteligentes. Universidad de
Madrid. Bloque I: Análisis Preliminar del Comercio Electrónico disponible en
<https://dit.upm.es/~fsaez/intl/proyectos/contenidos/Bloque%20I.pdf>

Henry Sosa Olan(2015). Libro derecho del desistimiento como mecanismo protector del

Consumidor en la contratación electrónica. disponible en <https://books.google.com.co/books?id=HuzwCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=proteccion+al+consumidor++electronico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjRqszkorrdAhUxq1kKHc9XCAAQ6AEIQzAF#v=onepage&q=proteccion%20al%20consumidor%20%20electronico&f=false>.

Andrew D. Mitchell. (2009) libro principios jurídicos en las controversias de la OMC

David van Hoose (2003), libro ecommerce economics. Disponible en dirección

https://books.google.com.co/books?id=djblGcQmHZoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.