

DELITO DE ESTAFA A PARTIR DEL INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES POR PARTE DEL VENDEDOR O PRODUCTOR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA, A LA LUZ DE LA LEY 1480 DE 2011

RINCÓN- DIAZ, Laura Dayana¹

Fecha de Recepción: 06/06/2020

Fecha de Aprobación: 20/06/2020

Referencia para citación: Rincón, L., (2020). Delito de estafa a partir del incumplimiento de las obligaciones por parte del vendedor o productor en el comercio electrónico en Colombia, a la luz de la ley 1480 de 2011. *Iter Ad Veritatem*, 17, 81 - 93.

¹ Estudiante de octavo semestre de la facultad de derecho de la universidad Santo Tomás seccional Tunja. Artículo desarrollado en la asignatura: Investigación asistida III, dirigida por el Doctor Edmer Leandro López Peña.
E-mail laura.rincond@usantoto.edu.co

RESUMEN

El e-commerce, surgido como una actividad económica y alternativa para la venta y compra de bienes y servicios, es utilizado en Colombia como herramienta dinámica y de bajo costo, generando accesibilidad por parte de cualquier persona, es por esto, que de acuerdo a las relaciones que pueden surgir entre vendedores-productores y compradores a nivel nacional se puede generar diferentes tipos de responsabilidad, en lo cual se puede ver inmerso el consumidor bien sea por publicidad engañosa o porque el producto nunca sea entregado a su destinatario, resultando afectado de este modo el comprador de acuerdo a la carga que se extiende al no tener una información precisa del vendedor, no tener certeza del producto que les es ofertado, o en otro supuesto ser engañado y caer en error de acuerdo a un objeto determinado, es así, como los derechos del consumidor no se agotan en la legítima pretensión a obtener en el mercado bienes y servicios, pues estos a su vez tienen un carácter poliédrico, incorporando pretensiones sustanciales, procesales, participativas y de carácter regulador sin ser excluyentes, queriendo decir que, las acciones penales, policivas, administrativas, jurisdiccionales y constitucionales pueden amparar al consumidor, como se suscita en el presente apartado la acción penal, frente al delito de estafa tipificado en el ordenamiento jurídico de Colombia, como manifestación de inducir o mantener a un tercero en error como beneficio propio o de otro a través de artificios o engaños, como se podría manifestar, mediante el engaño por parte del vendedor frente a la publicidad de determinado producto en aras de obtener la compra por parte de un sujeto, o cuando a través de una transferencia por parte del consumidor, con el fin de obtener un producto, este nunca llega. Es por ello que resulta pertinente la existencia de protección en materia penal en favor del consumidor, con el fin de restablecer la igualdad frente al vendedor, dada la asimetría en la cual acude el comprador en aras de suplir determinada necesidad.

Introducción

El presente artículo de investigación, desarrolla la temática del comercio electrónico en Colombia y su relación con el delito de estafa, el cual se pretende desarrollar a partir de las obligaciones del vendedor, tipificadas en el artículo 50 de la ley 1480 de 2011, con el fin de determinar la responsabilidad en estos casos por medio de multas o prisión en consonancia con la norma penal, cuyo objetivo es analizar, sintetizar y demostrar el impacto acogido por el comercio electrónico en Colombia en los últimos tiempos, debido al fácil acceso, generando secuelas muchas veces irreparables en los compradores virtuales por el fraude y engaño a los cuales inducen los vendedores a fin de obtener un provecho.

Es así, como a raíz de la evolución tecnológica el internet ha traído consigo que por medio de un solo clic comprador y vendedor se conecten y generen relaciones de intercambio comercial, surgiendo la necesidad de un campo que facilite este tipo de compra y venta de bienes y servicios, lo que conlleva al comercio electrónico. En Colombia, este tipo de comercio, se ha dado como una alternativa viable y veloz para cada ciudadano, debido al tipo de comunicación que se genera a grandes distancias por medio de internet a bajo costo, y la facilidad que genera la compra y la adquisición de productos.

En pleno siglo XXI, el comercio electrónico se ha impulsado de una forma extensa y ha sido acogido por los hogares colombianos como una alternativa de solución a la investigación, estudio, compras, negocios entre otros. Lo anterior, debido a la flexibilidad y asequibilidad con la cual se puede acceder a esta plataforma y la celeridad con la que recorre la comunicación entre personas sin importar el lugar donde estén ubicadas¹.

Siendo esta una plataforma de servicio accesible a cualquier persona y en la cual se puede generar negocios electrónicos, sin que medie contrato físico alguno, es necesario buscar herramientas de solución, en las situaciones en que el vendedor estafa a los clientes en dichas plataformas, incurriendo de este modo en las siguientes faltas: no envía el producto, envía un artículo erróneo o utiliza información falsa en las publicaciones a fin de obtener la compra de un producto, ocasionando de esta manera perjuicio a los consumidores, lo cual genera una carga excesiva en el comprador.

De este modo, es necesario investigar y analizar los comportamientos generadores del delito de estafa, a través de las obligaciones que tienen los vendedores en la venta de productos por plataformas digitales, a fin de evitar más dilaciones injustificadas al paso del tiempo sin mediar responsabilidad o control alguno del Estado por medio de la acción penal, frente a la particularidad de dicha conducta. De tal manera es necesario realizar la siguiente pregunta de investigación:

¿Se consuma el delito de estafa de acuerdo a las implicaciones que genera el incumplimiento de las obligaciones de productores o vendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos, por recaer en publicidad engañosa, información falsa o falta de entrega del producto?

Con el fin de llegar a la solución de la pregunta planteada, se desarrollaran tres capítulos, divididos de la siguiente manera: En el primer capítulo se

¹ (empresarial, 2016)

despliega la temática del comercio electrónico, con sus clases, sus alcances, obligaciones de los productores – expendedores y la manera en que se subsume el delito de estafa frente a la responsabilidad por parte de los vendedores de los negocios en el internet. En el segundo capítulo se desarrollara los distintos enfoques de la estafa por medios virtuales desde una esfera mundial, con las distintas problemáticas y soluciones optadas por dichos países en cada territorio. En el tercer capítulo, de acuerdo a los resultados obtenidos anteriormente, se pretende establecer una solución a la responsabilidad que se genera frente al comercio electrónico y su conexión con el delito de estafa en Colombia, con el fin de mitigar los daños y perjuicios ocasionados a las personas que compran artículos por medio de una plataforma virtual y de este modo ejercer un control al delito de estafa producido por medio de internet.

I. El comercio electrónico en Colombia: una mirada a partir de la estafa y las obligaciones de los vendedores

El término del comercio electrónico *Inicialmente estaba relacionado con la “realización de transacciones mediante medios electrónicos tales como el Intercambio electrónico de datos. Sin embargo, a mediados de los años 90 con la llegada y masificación del internet y del World Wide Web, comenzó a referirse principalmente a la venta de bienes y servicios a través de internet, usando como forma de pago medios electrónicos, específicamente, las tarjetas de crédito”*²

De tal manera, el comercio electrónico desde su implementación, se ha referido a la venta de bienes y servicios a un determinado costo, los cuales una vez enviados por medio de plataformas digitales requieren de un deposito o retiro de una cantidad monetaria dependiendo la calidad de comprador o vendedor que se ve inmerso en el intercambio comercial, donde a su vez resulta implícita la información de estas personas, que posteriormente puede ser utilizada para realizar maniobras ilícitas.

La Real Academia Española, define la Estafa, como:

2 *ARTÍCULO 2o, literal b. COMERCIO ELECTRÓNICO. Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vida aérea, marítima y férrea, o por carretera” (se 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, 1999).*

“Delito consistente en provocar un perjuicio patrimonial a alguien mediante engaño y con ánimo de lucro”. El código penal de Colombia la establece, como: “El que obtenga provecho ilícito para sí o para un tercero, con perjuicio ajeno, induciendo o manteniendo a otro en error por medio de artificios o engaños³. Entre las más comunes se encuentran 5 modalidades existentes de estafa por internet:

1. **“Fraude en comercio electrónico:** un ejemplo son los casos de boletos de avión”. Se configura cuando las personas por medio de un clic avalan las plataformas para acceder a datos personales y cuentas bancarias del usuario interesado.
2. **Suplantación de páginas web:** sucede cuando se copian correos oficiales y con solo cambiarle un símbolo o una letra, los suplantán.
3. **Compras por correo electrónico o BEC:** esta modalidad es utilizada por personas que se hacen pasar por empresas de renombre, “por ejemplo, para hacer pedidos que nunca resultan pagando, o para ofrecer servicios o productos que nunca dan”⁴.

En consonancia con los tipos de estafas por medio de plataformas virtuales presentados con anterioridad, resulta necesario preguntar, ¿Quién responde por las estafas en el comercio electrónico en Colombia? Tendría que ser el comprador quien asuma los daños que pueda acarrear su compra, en el sentido que está adquiriendo bienes y haciendo transacciones sin que medie contrato alguno, o, por el contrario debe recaer en el vendedor al incumplir las obligaciones que le acarrea este tipo de comercio mediante el delito de estafa. Pues bien, los medios han ofrecido herramientas de información para prevenir estafas, dentro de ellas se encuentra: **“El control manual”** sugiriendo constatar direcciones, teléfonos de contacto, promociones, comentarios de venta y calidad del producto, debido a que un vendedor puede acceder a justificaciones, cambio de identidad o publicidad falsa para obtener la venta de determinado bien.

En Colombia, la Corte Suprema de Justicia, el tema de un banco, *condenó por la sustracción no autorizada de la cuenta de ahorros de una empresa. En el fallo, la Corte ahondó en la eventual responsabilidad del titular de la cuenta, en el hurto del dinero*⁵

3 (Código Penal de Colombia , 2000)

4 (Valencia, 2018)

5 *La necesidad del Comercio Electrónico nace de la demanda de las empresas y de la Administración de hacer un mejor uso de la informática y buscar una mejor forma de aplicar estas tecnologías para mejorar la interrelación entre cliente y proveedor. El e-commerce se originó en 1991 cuando Internet entró en las áreas comerciales, pero su historia está ligada totalmente al surgimiento de Internet.* (valladolid, 2014)

En este entorno resulta dispendioso que sobre los usuarios recaiga todo tipo de responsabilidad, afectando su patrimonio económico, puesto que, el comprador genera un tipo de confianza, de acuerdo a la seguridad que ofrece los establecimientos bancarios en la custodia de dinero, y su obligación resulta implicada en mantener reservadas sus claves de acceso.

Analizando las problemáticas del comercio electrónico, se abordó la siguiente metodología, se analizó la normatividad a partir de la ley 527 del año 1999, en atención a la regulación del comercio a distancia y la ley 1480 del año 2011, mediante la cual en el artículo 50 se regularon las obligaciones a las cuales deben estar cometidos los vendedores que realicen ese tipo de negocio, a fin de controlar el comercio que se lleva a cabo por medios virtuales, lo cual se explicara en el tercer capítulo.

una alternativa de solución que mitigue los delitos, se puede basar en la adquisición de productos por medio de modalidades contra entrega, evitando así, dar información personal a las plataformas virtuales, y la exposición a información personal que pueda ser utilizada por terceros en entidades bancarias, que puedan acarrear hurto, estafa y demás ilicitudes en detrimento del usuario.

Por el momento, mediante el intercambio de bienes y servicios en línea nos ocupa preguntarnos ¿Que autoridad controla este tipo de comercio, en caso de verse inmerso el delito de estafa?, En el ordenamiento jurídico colombiano se encuentra activa una vía, por medio de instaurar una denuncia por estafa en la unidad de delitos informáticos de la Fiscalía o la DIJIN, quienes inician el proceso respectivo al presentar todos los soportes de la denuncia, de manera que, resulta insuficiente al configurarse como un proceso lento y con pocas garantías frente al resarcimiento del perjuicio ocasionado.

II. Estafa electrónica: una problemática mundial

En el Mundo, el comercio electrónico se desarrolla por medio de una elevada competitividad y rapidez para concretar negocios, alterando y cambiando la perspectiva de compra y venta de productos a grandes distancias, llamando la atención a mayorías y minorías al encontrar en las plataformas mercancía a un bajo costo, lo cual resulta accesible para cualquier persona sin importar la edad y la forma de pago.

“La cultura del comercio electrónico cada día está tomando mayor fuerza en todo el mundo debido a las diferentes bondades que ofrece el eCommerce: comodidad, agilidad, seguridad, facilidad de pago, evita desplazamiento, restricción de horarios,

*filas, aglomeraciones que suelen ser incómodas y estresantes. En conjunto significa una optimización del tiempo*⁶.

En consecuencia, dicha comodidad que brinda las plataformas por medio del internet para adquirir cualquier bien, está acarreado problemáticas a la hora de obtener los productos, recayendo en el consumidor una carga por medio de artículos averiados, totalmente contrarios a la expectativa, falsas publicaciones y ofertas que nunca llegan a su destino, de allí que recaiga en la tipicidad de un tipo penal como lo es la estafa, al no enviar el producto y quedarse con el dinero del usuario u utilizar publicidad engañosa.

*“El convenio de Bruselas y su extensión a otros países mediante el Convenio de Lugano establecen que la acción entablada por un consumidor contra la otra parte contratante podrá interponerse ante los tribunales del estado contratante en que estuviere domiciliada dicha parte o ante los tribunales del estado contratante en que estuviere domiciliado el consumidor. De igual manera establece que la acción entablada contra el consumidor por la parte contratante solo podrá interponerse ante los tribunales del estado contratante en que estuviere domiciliado el consumidor”*⁷.

Al analizar las disposiciones del convenio de Bruselas se corrobora que aún siguen existiendo vacíos normativos en cuanto a la regulación de los negocios que se hacen por medios electrónicos, debido a que regula una serie de circunstancias ajenas a la responsabilidad en concreto frente al delito de estafa y lo deja abierto a las disposiciones internas de cada país.

Por medio de una investigación se sustrajo que en el año 2018, los incidentes de fraude electrónico, pasaron la factura a la industria del comercio electrónico global.

“Las empresas dedicadas al eCommerce presentaron pérdidas por 20,000 millones de dólares a nivel global debido a transacciones que exitosamente estuvieron relacionadas a alguna modalidad de fraude en línea, como robo de identidad o usurpación de una cuenta ajena. Un estudio de la consultora Lexis Nexis reveló que en este contexto de fraude online, México, se ubicó como el segundo país en América Latina con mayor registro de fraudes en comercio electrónico; los navegadores móviles fueron las plataformas a

6 “En comparación con el intercambio de bienes, el comercio electrónico es equivalente a alrededor de 8% en Argentina y Brasil, y 4% en Chile y México (a nivel global esta proporción alcanza 18%). Estos cuatro países mostraron tasas de expansión del intercambio digital superiores al promedio mundial (20%) en 2015: Argentina creció 71% -la segunda tasa de expansión más alta a nivel global después de India-, Brasil 22%, Chile 25% y México 27%” (Michalczewsky, N.A).

7 “La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) ha desarrollado unas guías orientadoras para la protección de los consumidores en el marco del comercio electrónico. En este trabajo intentaremos utilizar esos lineamientos como marco de referencia para analizar la situación actual en Colombia. (Bolívar, N.A)

través de las cuales se vieron la mayor cantidad de este tipo de transacciones y las tarjetas de crédito fueron el medio de pago más propenso a una operación maliciosa”⁸.

De tal manera el fraude en el comercio electrónico hoy en día es evidente, debido a que financieramente no se están teniendo en cuenta las pérdidas y las problemáticas que acarrea este tipo de comercio, de allí, que en los ordenamientos internos no se ha implementado el tipo penal de Estafa frente a delitos cibernéticos, lo anterior bajo el incumplimiento de las obligaciones en las cuales recaen los vendedores, con lo cual se busca la obtención de una sanción como la multa o la prisión, como control ante este tipo de conductas que generan en el consumidor un perjuicio.

En España, “Según el **Consejo Económico y Social** (CES), los eCommerce pierden más de 100 millones de euros por fraudes de los consumidores”. Y parte de estas pérdidas se dan por que no llega el producto o mercancía, por tanto es necesario invertir en un mayor conocimiento y control para la lucha contra el cibercrimen.

En la Declaración sobre el Comercio Electrónico Mundial adoptada por la Segunda Conferencia Ministerial (Ginebra), se pedía el establecimiento de un programa de trabajo sobre el comercio electrónico, que fue adoptado en septiembre de 1998, pero de igual manera la regulación frente al comercio electrónico quedó sujeta internamente a la regulación de cada país.

En atención a lo cual, en el país de Colombia, si bien es cierto que existe la ley 527 del año 1999 que se encarga de reglamentar el comercio electrónico, resulta insuficiente a la hora de sancionar las distintas conductas atípicas que se pueden generar por medio de un incumplimiento en la compra y venta de mercancía por páginas web. En Colombia existe la Cámara de Comercio Electrónico la cual es una organización gremial de carácter privada, que se encarga de la publicidad y divulgación del comercio en línea, pero no tienen dentro de sus facultades vigilar, controlar o regular los conflictos que se generan al obtener productos por medio de estas plataformas.

De igual manera se encuentra la superintendencia de industria y comercio, la cual controla y regula este tipo de negocios, pero no se ocupa de las sanciones frente a las conductas atípicas que pueda generar el comercio electrónico, adicionalmente la ley 1480 del año 2011, faculta a la superintendencia para imponer sanciones hasta por 50 salarios mínimos legales mensuales vigentes para el consumidor que actué de mala fe, pero no se pronuncia frente al delito de estafa que se origina por plataformas en línea, ni la forma en la cual se debe regular este tipo de conductas.

⁸ (chavez, 2018)

En este efecto resulta necesario incluir soluciones frente a la responsabilidad por fraude digital, frente al delito de estafa, que surge por medio del incumplimiento a las obligaciones que estipula el artículo 50 de la ley 1480 del año 2011, y el concepto 16- 155160- -00001-0000 de la superintendencia de industria y comercio, el cual se pronuncia acerca de la regulación del comercio electrónico frente a un caso en concreto.

III. Solucion frente a la responsabilidad del comercio electrónico y el delito de estafa en el ordenamiento jurídico de Colombia

Bajo la figura de la superintendencia de industria y comercio en el concepto 16- 155160- -00001-0000, enuncio que la relación de consumo se presenta entre quienes adquieren un bien o servicio de vendedores, para satisfacer una necesidad propia o de un tercero, que no esté relacionada totalmente con la actividad económica del comprador, lo cual se debe configurar para ser aplicada a la normatividad de la ley 1480 del año 2011 la cual hace referencia al consumidor.

En las ventas que utilizan métodos no tradicionales, a distancia como lo es el comercio electrónico se resalta bajo la mencionada ley que los proveedores deben cumplir estrictamente los deberes u obligaciones impuestos que enuncia tácitamente esta normatividad mediante el artículo 50, y que además de ello no pueden ocultar las características de los productos o utilizar publicidad engañosa para atribuir ganancia, por tanto será sujeto de responsabilidad quien ejerza de esta manera el comercio, la cual opera con la demostración de la publicidad cuando no corresponde a la realidad o que por insuficiente induce a error al consumidor.

Para promover una acción jurisdiccional de protección al consumidor, la superintendencia estipula que previamente se debe reclamar directamente al vendedor, para lo cual estos expedirán una constancia por escrito la cual debe ser anexada a la demanda y para que se pueda cumplir este requisito el comprador puede citar a audiencia de conciliación al proveedor la cual también deberá anexarse. Es así que, para iniciar la demanda además de las facultades que exige la ley 1480 del año 2011 se deberá ejercer de acuerdo a los parámetros del código general del proceso, a través de un proceso verbal sumario, a su vez, la competencia será a elección del consumidor frente a la jurisdicción ordinaria o la superintendencia de industria y comercio la cual se debe presentar dentro del año siguiente al vencimiento de la garantía cuando se trate de la efectividad de la misma o dentro del año siguiente a la terminación del contrato, y en caso de determinar una responsabilidad, la superintendencia podrá interponer como sanción las multas que tipifica en el artículo 59 de la ley anteriormente mencionada.

Por tanto, es notorio el hecho de que la aplicación normativa en protección al consumidor por parte de la superintendencia en el procedimiento que se genera frente a la responsabilidad por los delitos en el comercio electrónico, es débil en la medida que deja a un lado el delito de estafa y habla es de publicidad engañosa, estableciendo estrictamente unos parámetros para que esta conducta se consume.

Pues bien, el conflicto surge a la hora de esbozar las diferentes conductas que se pueden sustraer al ejercer el comercio electrónico, en este caso el delito de estafa, el cual se encuentran tipificado y regulado por el ordenamiento jurídico colombiano en materia penal no ha sido implementado para delitos cometidos en plataformas virtuales, causando un detrimento económico al consumidor que se ve sometido a este tipo de delito, sabiendo que se puede llamar al proceso al administrador de la cuenta o a la persona que ofrece el producto de acuerdo a las pruebas que se puedan recaudar.

La conexión del comercio electrónico frente al delito de estafa se establece en la medida que el comprador deposita su confianza en un proveedor de determinada plataforma para adquirir bienes y servicios, depositando un dinero a cambio del envío de la mercancía seleccionada y dicho producto no se envía o por medio de una publicidad engañosa, enviándose artículos contrarios a las características que ofertaba el vendedor, de tal manera, el conflicto se presenta cuando el proveedor no envía el producto, envía la mercancía dañada o envía determinado objeto con características diferentes a las cuales el comprador cancelo.

En Colombia se concluye de esta manera, que el delito de estafa se conecta al comercio electrónico y aun habiendo un marco normativo que tipifica dichos hechos en el ámbito penal, no se emplea aun. De tal manera, se requiere llevar a cabo la responsabilidad del vendedor en el ámbito penal, a fin de garantizar la protección de los derechos del consumidor, por tanto se busca consumir la conducta ante dicha responsabilidad por medio de sanciones, pues se evidencia un vacío a la hora de investigar procesalmente este tipo de conflictos que se genera entre proveedor y comprador por medio de plataformas virtuales, que resultan impunes y causando perjuicios al consumidor de buena fe.

IV. Conclusiones

En Colombia el comercio electrónico se ha dado como una alternativa de solución ante la compra de productos sin importar el tiempo, modo y lugar por medio de un clic, dicha facilidad al acceder a una red, por medio de distintas plataformas generan por el bajo costo un intereses en

el usuario, quien compra artículos de su atracción optando por depositar su información personal a una página web sin determinar las posibles consecuencias que con ello puede acarrear en su patrimonio y en su vida personal, si el producto al cual quiere acceder cuenta con las características y expectativas prometidas por el vendedor, o si en realidad le va llegar el producto determinado, estas problemáticas que van surgiendo a la hora de realizar compras electrónicas, traspasan la esfera nacional e internacional, surgiendo la necesidad de implementar un control o regulación, pues si bien es cierto en Colombia existe la ley del consumidor (ley 1480 de 2011) esta hace alusión a unos derechos y deberes que se tienen entre vendedor y comprador y unas causales de exclusión de la responsabilidad, pero es insuficiente a la hora de establecer multas, sanciones o restricciones a imponer, frente a los problemas que se puedan contraer con una compra en internet, que generalmente se presenta por medio de un contrato de adhesión.

De igual manera se hizo hincapié en el decreto (1499 DE 2014), en el cual se reglamentan las ventas que utilizan métodos no tradicionales y las ventas a distancia, pero es deficiente al igual que la ley del consumidor, puesto que resalta los diferentes tipos de compra en línea, y la información que se debe dar para adquirir cualquier producto, generándose un tipo de sanciones a cargo de la Superintendencia de Industria y Comercio, que van desde el cierre del establecimiento hasta una multa de (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, por inobservancia de órdenes o instrucciones, lo cual se hace valido para establecimientos de comercio públicos, inscritos a la cámara de comercio, pero tampoco ejerce control frente a los contratos en plataformas virtuales y la responsabilidad que se genera en caso de estafas a los usuarios.

En el territorio nacional se promulgo la ley del comercio electrónico (527 de 1999), la cual no genera una regulación integral frente a las circunstancias jurídicas que pueda generar las compras en línea, debido a que se limita a valorar jurídicamente los mensajes electrónicos de datos, pero no contiene normas sobre delitos electrónicos lo cual genera un vacío normativo a la hora de querer encausar una sanción como por ejemplo lo es el delito de estafa en las compras electrónicas.

En cuanto al control que realiza la superintendencia de industria y comercio solo se enfoca en los establecimientos de comercio que se encuentran inscritos y que tienen lugar específico de ejercer la compra y venta, optando por los contratos que se practican entre las partes y las sanciones a las cuales pueden recaer, pero deja a un lado el comercio en línea y las formas de control.

De tal manera al enunciar la ley 1480 de año 2011 que establece la protección al consumidor, también establece una debilidad manifiesta frente a la regulación del delito de estafa en el comercio electrónico, pues como se exponía en el tercer capítulo, la superintendencia de industria y comercio hace alusión a la publicidad engañosa estableciendo unos requisitos tácitamente por los cuales se puede configurar, y es frente a la perspectiva errónea que se genera frente a determinado producto, pero no se ocupa en tipificar las conductas de la no entrega del producto, o cuando la mercancía llega averiada o dañada sin obtener el comprador quien le responda, y en el peor de los casos al dirigirse a presentar una demanda en el procedimiento ordinario o por medio de la superintendencia, su demanda no prospera por el hecho de que debe tener claro el nombre del proveedor y los actos de comunicación para hacer efectivo su derecho, y en los negocios virtuales esta información es de difícil acceso, al estar negociando a distancia por medios que muchas veces no tiene información de una persona natural, que se pueda hacer responsable de cualquier tipo de responsabilidad.

Dicha situación conlleva a endilgar por medio de las obligaciones que tiene el vendedor el tipo penal de Estafa en orden al comercio electrónico y demás conductas ilícitas que se pueda generar por medio de compras en plataformas electrónicas, por tanto resulta necesario la subsunción de los hechos y conductas desplegada por el vendedor de acuerdo al incumplimiento que le exige la ley 1480 de 2021 en el artículo 50 de acuerdo a las obligaciones que le recaen y debe acatar, junto a la norma jurídica del tipo penal de Estafa, que se pueden tomar frente a la responsabilidad que se puede generar por cualquier medio virtual, de igual manera los medios probatorios que se puede hacer valer en el trámite respectivo y a su vez, ejercer por medio de la superintendencia de industria y comercio una vigilancia estricta que permita ejercer de forma segura compras por internet, teniendo en cuenta que actualmente las cifras de este tipo de negocios va en aumento y la mayor parte de la población se siente atraída por los beneficios que conlleva el adquirir productos por medio de plataformas electrónicas a un bajo costo y celeridad en la adquisición.

V. BIBLIOGRAFÍA

Bolívar, L. C. (N.A). COMERCIO ELECTRÓNICO B2C:. *Universidad externado de colombia (Mercatoria)*, 17.

Código Penal de Colombia , ley 599 de a lo 2000- articulo 249.

comunicaciones, c. d. (s.f.). *El comercio electronico en colombia*. Obtenido de https://www.crcm.gov.co/recursos_user/2017/ComElecPtd_0.pdf

Elena, M. (N.A de N.A de N.A). *observatorio ecommerce y transformacion digital*. Obtenido de <https://observatorioecommerce.com/como-crece-el-comercio-electronico-en-el-mundo/>

Lema, G. (N.A). El desarrollo del Comercio Electrónico. *deloitte*, 2.

Michalczewsky, K. (N.A de N.A de N.A). *conexion intal*. Obtenido de <https://conexionintal.iadb.org/2017/03/08/el-comercio-electronico-y-los-factores-de-su-desarrollo/>

N.A. (27 de diciembre de 2011). *SILICO N*. Obtenido de Los fraudes en el comercio electrónico: <https://www.silicon.es/los-fraudes-en-el-comercio-electronico-2206815>

Palacios, R. Á. (26 de enero de 2017). *EL ESPECTADOR*. Obtenido de Bancos, obligados a responder por fraudes electrónicos: <https://www.elespectador.com/noticias/judicial/bancos-obligados-responder-fraudes-electronicos-articulo-676833>

se 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, Artículo 2, literal B (21 de agosto de 1999).

Valencia, S. (12 de octubre de 2018). *Noticias Colombian*. Obtenido de Las 5 modalidades de estafa por internet más usadas en Colombia: <https://www.colombian.com.co/vida/las-5-modalidades-de-estafa-por-internet-mas-usadas-en-colombia/>

valladolid, u. d. (junio de 2014). *RELEVANCIA DEL E-COMMERCE*. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5942/1/TFG-O%20174.pdf>