

DOCTRINA

Reflexiones sobre la protección jurídica del consumidor electrónico transfronterizo en Colombia: Problemas actuales y desafíos futuros

*Reflections on the legal protection of the cross-border electronic consumer
in Colombia: Current issues and future challenges*

Jenner Tobar Torres 

Universidad Libre, Colombia

RESUMEN Este artículo analiza las barreras normativas que los consumidores de comercio electrónico transfronterizo encuentran en el desarrollo de sus operaciones de consumo, con especial atención al marco legal del Estado colombiano. También presenta los principales desarrollos legislativos que en esta materia se pueden encontrar en Europa y en América Latina para identificar los desafíos que Colombia y los demás Estados latinoamericanos deben asumir para alcanzar un adecuado marco regulatorio que garantice los derechos de los consumidores electrónicos internacionales, especialmente el acceso a un recurso judicial efectivo.

PALABRAS CLAVE Comercio electrónico, consumidor transfronterizo, derechos del consumidor, acceso a la justicia.

ABSTRACT This article analyzes the regulatory barriers that cross-border e-commerce consumers encounter when carrying out this activity. Moreover it presents the main legislative developments that can be found in this matter in Europe and Latin America in order to identify the challenges that Latin American States must assume to achieve an adequate regulatory framework that guarantees the rights of international electronic consumers, especially access to an effective judicial solution.

KEYWORDS Electronic commerce, cross-border consumer, consumer rights, access to justice.

Introducción

La economía digital es actualmente uno de los principales espacios de convergencia global gracias a la progresiva penetración del internet en las actividades cotidianas y profesionales alrededor del mundo.¹ Esto ha generado grandes oportunidades en el desarrollo del comercio electrónico entre empresas y consumidores (B2C): en 2019, esta actividad alcanzó transacciones por 4,9 billones de dólares en 2019, 11 % más que en 2018. Así, respecto al comercio electrónico transfronterizo B2C, se efectuaron transacciones por 440 millones de dólares en 2019, con un incremento del 9 % frente a 2018 (UNCTAD, 2021). Asimismo, la UNCTAD (2020) estimó en 2019 que 1.450 millones de personas, o una cuarta parte de la población mundial de quince años o más, hicieron compras en línea en 2018, 9 % más que en 2017.

Debido a la pandemia y a las restricciones de movilidad, durante 2020 el comercio electrónico en su totalidad sufrió un notable incremento (UNCTAD, 2020). Solamente en América Latina y el Caribe, las compras a través de plataformas tecnológicas crecieron 66 % frente a 2019, generando transacciones por un total de 66.765 millones de dólares, máximos históricos en la región,² lo cual se explicó, en su momento, teniendo en cuenta que millones de personas acudieron en mayor número y frecuencia a plataformas tecnológicas para acceder a bienes y servicios que antes de la pandemia adquirían de forma presencial.

Estos hábitos de consumo se mantuvieron en la pospandemia, y se ha consolidado una tendencia de crecimiento en el comercio electrónico B2C. Así se ha demostrado, por ejemplo, en Europa³ y también en Colombia, este último donde el valor de las transacciones efectuadas en 2022 aumentó en 15,3 millones de pesos frente al 2021 (MINTIC, 2023: 2).

Ahora bien, el crecimiento del comercio electrónico ha traído consigo importantes desafíos y obstáculos para su adecuado desarrollo. Esto es especialmente notorio en

1. Entre 2000 y 2015, la penetración de internet en el mundo casi se septuplicó, pasando del 6,5 % al 43 % de la población mundial (UNCTAD, 2018). Sin embargo, a pesar de este incremento, en América Latina «aún se advierten importantes brechas con los países y regiones más avanzadas, sobre todo en el acceso a banda ancha fija de alta velocidad, ya que, además de las diferencias en el número de suscripciones, existen profundas diferencias con relación a las velocidades de conexión» (Cepal, 2018: 71).

2. Sebastián Montes, «El comercio electrónico en la región creció 66 % en 2020 y llegó a US\$66.765 millones», *La República*, 29 de marzo de 2021, disponible en <https://tipg.link/MoZL>.

3. «Europe continues to be affected by Russia's aggression against Ukraine, which has brought about high inflation rates, surging energy prices and general geopolitical instability. All of these not only impact the purchasing power of consumers but also disrupt markets and global supply chains. Despite this, the findings of this year's report show that e-commerce still continues to grow. In fact, the turnover in European B2C e-commerce increased from €849bn in 2021 to €899bn in 2022, even though the growth rate did decrease from 12 % in 2021 to 6 % in 2022. That said, the growth rate for 2023 is forecast to slightly increase to 8 %, with the turnover in European B2C e-commerce also continuing its positive growth tendency» (Cassetti, 2023: 2).

las transacciones comerciales internacionales que involucran consumidores. Si bien es cierto que no se puede afirmar que el consumidor electrónico es un sujeto desprevenido o ingenuo respecto al entorno digital; sí es evidente que cuando el consumidor adquiere bienes o servicios en el marco de una transacción digital internacional, aspectos como las diferencias idiomáticas, los contratos *clickwrap*, el marco legal de protección, las asimetrías de información los riesgos de pago, envío y entrega, entre otros, se acentúan notoriamente respecto a otro tipo de transacciones, lo que convierten a este consumidor transfronterizo en un sujeto vulnerable: «En los contratos entre profesionales y consumidores celebrados por medios electrónicos, las diferencias económicas y cognoscitivas, y el desequilibrio en el poder negocial, se acentúan en el mundo virtual. Se profundizan las asimetrías económicas, informativas y tecnológicas» (Feldstein de Cárdenas y Scotti, 2013: 282).

Es que, además de los múltiples riesgos que los consumidores enfrentan regularmente en el comercio electrónico,⁴ cuando se trata de transacciones internacionales B2C los consumidores afrontan obstáculos adicionales derivados de la insuficiencia o inadecuación de las normas de derecho internacional privado en la materia. Ante la eventual vulneración de sus derechos, el consumidor transfronterizo está expuesto a encontrar que el foro judicial al que debe acudir se encuentra fuera de su país de residencia, a que los costos para acudir a la justicia pueden ser mayores que las pretensiones económicas de su reclamación, o a la aplicación de un derecho y un sistema legal foráneo y desconocido, a la difusa identidad del responsable, y a la dificultad para ejecutar un eventual fallo a su favor, entre otros. Todas estas barreras generan que la mayor parte de litigios internacionales de consumo no acaben en los tribunales y que sean los mismos consumidores quienes renuncien a la protección efectiva de sus derechos (Carrascosa González, 2012: 1.224-1.225).

Este panorama exige analizar qué tan preparados están los ordenamientos jurídicos latinoamericanos, entre ellos el colombiano, para afrontar de forma adecuada la creciente internacionalización de las relaciones de consumo. Ese es el principal objetivo de este trabajo. Como se expondrá, los esfuerzos regulatorios hasta ahora realizados se han concentrado principalmente en el comercio electrónico colombiano, ignorando las especificidades de las transacciones internacionales B2C, por lo que, para lograr el mencionado objetivo, se acudirá a la metodología de derecho comparado a partir de dos ejes de análisis: i) normas sobre derecho aplicable para la protección al consumidor

4. «En el comercio electrónico los consumidores se enfrentaban a toda una serie de desafíos: prácticas fraudulentas, publicidad engañosa, insuficiencias de la información sobre bienes y servicios, incertidumbre en cuanto a la identidad y la ubicación de los comerciantes, prácticas comerciales desleales, limitaciones en el ejercicio del derecho al desistimiento, solución de controversias poco satisfactoria, retrasos en la entrega de las mercancías, fijación de precios por goteo, recargos no anunciados, riesgo de utilización indebida de los datos personales y falta de claridad en cuanto a las obligaciones de las plataformas intermediaria» (UNCTAD, 2017).

en el marco de transacciones internacionales B2C, y ii) las normas de asignación de competencia judicial en estos mismos casos. De esta forma, se compararán tales aspectos con la normatividad vigente en el espacio comunitario europeo y en América Latina. Ello permitirá contrastar fortalezas y debilidades entre ambos espacios geográficos, lo que posibilitará realizar algunas consideraciones respecto a las necesidades y desafíos que los Estados latinoamericanos deben enfrentar en esta materia para alcanzar un adecuado estándar de protección de los consumidores transfronterizos.

Sin embargo, se debe tener en cuenta, para efectos metodológicos, que entre los dos espacios geográficos a comparar existen significativas diferencias, siendo particularmente relevante para el presente estudio que la experiencia comunitaria europea es mucho más madura que los ejercicios de integración latinoamericana —como el Mercosur—, lo que de entrada se refleja en la existencia de un abundante marco normativo regulatorio, aunque no exento de críticas, como se desarrollará en el cuerpo del trabajo.

Así las cosas, este artículo estará dividido en tres secciones. La primera de ellas se enfoca en proporcionar unas consideraciones iniciales respecto al concepto de contrato internacional de consumo. A partir de un procedimiento de análisis-síntesis, se expondrá que la primera dificultad regulatoria se encuentra en establecer qué es o qué no es un contrato internacional de consumo, tomando en cuenta las diversas aproximaciones que en el derecho internacional existen sobre las nociones de internacionalidad y de operación de consumo. La segunda sección del trabajo se dirige a exponer las principales características del marco regulatorio de las transacciones de consumo transfronterizo en Europa y en América Latina a partir de los dos ejes de análisis arriba expuestos. Esta sección tiene como propósito central identificar las principales características de la regulación existente, para luego utilizar esta información como insumo de análisis. Posteriormente, en el tercer acápite se expondrán algunas consideraciones frente a las dificultades regulatorias identificadas y los desafíos que estas imponen a los Estados latinoamericanos en materia de protección al consumidor internacional. Finalmente, se desarrollarán algunas conclusiones de la investigación.

Las transacciones de consumo internacionales: Notas definitorias

El criterio de «internacionalidad» dentro de los contratos de consumo

Al observar detenidamente las dinámicas que se desarrollan dentro del comercio digital que involucra consumidores se evidencia que, al momento de adquirir un bien o servicio, es posible que un consumidor desde la comodidad de su hogar se involucre en diferentes tipos de transacciones, muchas de las cuales tienen alguna conexión con elementos internacionales relevantes, sea porque el vendedor se encuentra en otro país o porque el producto es enviado desde el extranjero. Algunas de estas posibilidades pueden ser ilustradas con los ejemplos expuestos a continuación.

La situación más sencilla ocurriría cuando, por ejemplo, un comprador colombiano adquiere un libro en la página web Almacenes Éxito del mismo país y el producto es enviado en su versión física al consumidor desde una bodega ubicada en Bogotá. En este caso estaríamos ante un caso de comercio electrónico estrictamente nacional. Ahora bien, este consumidor colombiano podría adquirir el mismo producto en el sitio colombiano de Mercado Libre, pero el vendedor colombiano importa el producto desde Estados Unidos y es enviado desde una bodega ubicada en Miami, lo que conllevaría una entrega transfronteriza. Es posible también que el consumidor colombiano acceda, por ejemplo, al sitio de compras de Amazon (sitio web de Estados Unidos) para comprar y descargar el libro en su versión digital; en tal caso, estaríamos ante un caso de comercio electrónico transfronterizo y entrega nacional. Ahora, este mismo consumidor desea adquirir el nuevo lector de libros Kindle, pero no lo encuentra en su país, por ello accede a la página web del almacén El Corte Inglés (cadena española), por la que hace la compra y el producto es enviado a Colombia desde una bodega en Madrid. En este último caso, se presenta un evento de comercio electrónico transfronterizo y entrega transfronteriza (Patil y Narayan, 2014).

Todas estas posibilidades muestran la importancia de adoptar un adecuado derrotero para definir cuándo existe o no un contrato electrónico internacional, pues según el criterio que se acoja, los eventos de consumo descritos podrían ser calificados de una forma u otra. La problemática se encuentra en que muy pocos instrumentos se ocupan de definir criterios de internacionalidad específicos para las relaciones de consumo, por lo cual en la mayoría de casos se debe acudir a los textos legales que rigen la contratación internacional, aunque paradójicamente varios de ellos excluyen expresamente de su ámbito de aplicación las relaciones de consumo.

En tal sentido, textos internacionales como la Convención de Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías (artículo 1), el Reglamento Roma 1 sobre ley aplicable a las relaciones contractuales (artículo 1.1), la Convención Interamericana Sobre el Derecho Aplicable a los Contratos Internacionales (artículo 1) o los Principios sobre la elección del Derecho aplicable en Materia de Contratos Comerciales Internacionales de la Haya (artículo 1.2) presentan diferentes aproximaciones para calificar una relación contractual como internacional. Además, en las legislaciones nacionales se pueden encontrar diversos enfoques normativos tanto restrictivos como amplios para establecer cuándo un contrato es internacional.⁵

Mención especial en este aspecto merece el Acuerdo del Mercosur sobre Derecho Aplicable en Materia de Contratos Internacionales de Consumo, pues es uno de los escasos instrumentos que aborda un concepto de internacionalidad específicamente dirigido a relaciones de consumo. El artículo 2 de este texto señala que «existe contrato

5. Al respecto, compárese la Organización de Estados Americanos, 2019, número 136-41. Para un análisis más amplio sobre el criterio de internacionalidad en los contratos, véase Tobar (2020: 64-66).

internacional de consumo cuando el consumidor tiene su domicilio, al momento de la celebración del contrato, en un Estado parte diferente del domicilio o sede del proveedor profesional que intervino en la transacción o contrato». El mismo artículo califica el domicilio del consumidor en contratos por medios electrónicos como aquel informado al proveedor al momento de la celebración del contrato.

Ante las diversas calificaciones sobre el criterio de internacionalidad que se pueden encontrar tanto en textos de fuente interna e internacional, es necesario que cualquier criterio hermenéutico que se adopte para resolver un caso particular esté permeado del principio *pro consumatore*, para que la noción de internacionalidad no sea un obstáculo al consumidor para acceder a la garantía de sus derechos. Ante tal objetivo, acudir al análisis de los elementos de extranjería relevantes en el caso permitiría al fallador establecer si, con independencia de elementos como el domicilio de las partes, una relación de consumo puede ser calificada como internacional.⁶

El concepto de consumidor: ¿Cuándo hay una relación de consumo?

El concepto de *consumidor* ha sido objeto de amplios debates, de los cuales han surgido concepciones amplias y restringidas. Bajo el primer lente, se podría entender por consumidor cualquier persona natural o jurídica que adquiere un bien o servicio para satisfacer sus necesidades personales, familiares o profesionales. Por el contrario, desde una perspectiva restrictiva, el consumidor sería una persona física —no jurídica— que adquiere un bien o servicio para satisfacer sus necesidades personales o familiares, con exclusión de las necesidades profesionales. Los pocos instrumentos internacionales que adoptan una definición de consumidor y las múltiples legislaciones nacionales se mueven entre estos extremos.

En el espacio comunitario europeo, para que un contrato de consumo pueda ser considerado como tal, el consumidor debe ser una persona física actuando por fuera de su actividad profesional, que contrata con el profesional quien sí deberá estar actuando en el desarrollo de su actividad (Campo Comba, 2021b: 23). Así, la Directiva 2011/83/UE define *consumidor* como «toda persona física que, en contratos regulados por la presente Directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresa, oficio o profesión».⁷

Así, este concepto ha sido delimitado por la jurisprudencia europea: en la sentencia C-269/ 95 de 3 de julio de 1997, caso *Benincasa con Dentalkit*, el Tribunal de Justicia

6. Esta es la aproximación de instrumentos como la Convención Interamericana Sobre el Derecho aplicable a los contratos internacionales (artículo 1), los Principios sobre los Contratos Comerciales de Unidroit o, en materia de consumo, el Protocolo de Santa María sobre Jurisdicción Internacional en Materia de Relaciones de Consumo (artículo 2).

7. «Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo», *Diario Oficial de la Unión Europea*, 25 de octubre de 2011, disponible en <https://tipg.link/NK48>.

de la Unión Europea (TJUE) estableció que el término *consumidor* únicamente cubre al consumidor final privado, es decir, cubre solo aquellos contratos dirigidos a satisfacer necesidades privadas del individuo (Wilderspin, 2017: 465). Antes, el tribunal, en el fallo C-150/77 del 21 de junio de 1978, caso *Bertrand con Paul Ott KG*, dispuso que esta característica es la que justifica la protección especial de los consumidores, como aquellas partes del contrato que actúan por fuera de sus actividades comerciales y profesionales. Dicho criterio fue reiterado por el TJUE en el fallo C-500/18 del 2 de abril de 2020, caso *AU con Reliantco Investments*, en que se señaló:

Solo a los contratos celebrados fuera e independientemente de cualquier actividad o finalidad profesional, con el único objetivo de satisfacer las propias necesidades de consumo privado de un individuo, les es de aplicación el régimen específico establecido por dicho Reglamento para la protección del consumidor como parte considerada económicamente más débil.

Esto sin que sean relevantes aspectos referentes a la conducta del consumidor como el volumen de transacciones, su valor o el conocimiento del consumidor en el sector, entre otros.

Recientemente, en la sentencia C-50/22, del 9 de marzo de 2023, caso *JA con Wurth Automotive GmbH*, el TJUE se refirió a los contratos con doble finalidad. Sobre este tipo de contratos en que se mezclan fines privados y fines profesionales en una misma parte, la Directiva 2014/17/UE ha señalado que se da aplicación a la protección al consumidor solo cuando las actividades profesionales son tan limitadas que no predominan en el contexto general del contrato. En el caso en mención, el tribunal indicó que dicha parte:

Podría invocar tales reglas de competencia únicamente en el supuesto de que el vínculo de dicho contrato con la actividad profesional de esa persona fuera tan tenue que pudiera considerarse marginal y, por tanto, tuviera un papel insignificante en el contexto de la operación, considerada globalmente, respecto de la cual se hubiera celebrado el contrato.

Por su parte, en el ámbito latinoamericano puede mencionarse el Acuerdo del Mercosur sobre Derecho Aplicable en Materia de Contratos Internacionales de Consumo, el que, en su artículo 2 define *consumidor* como:

Toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en una relación de consumo o como consecuencia o en función de ella. No se considera consumidor a aquel que, sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de integrarlos como insumo directo, a otros productos o servicios en proceso de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros.

Al comparar los dos conceptos, se observa que el texto del Mercosur adopta una definición más amplia, incluyendo como consumidor a las personas jurídicas y cobijando relaciones a título gratuito, como podría ser una persona que recibe una muestra gratis o un regalo, o también quien utiliza el producto o servicio sin adquirirlo (Klein Vieira, 2018: 621).

En lo que respecta a las legislaciones nacionales, se ha establecido que la gran mayoría fija como límite el uso doméstico de bienes y servicios. Legislaciones como las de Bélgica o Uruguay excluyen expresamente todo uso profesional, pero en países como Chile, Panamá o Perú el concepto de consumidor puede trascender el ámbito personal; e incluso en algunos países de América Latina también hacen extensible la protección del consumidor a los pequeños artesanos (Costa Rica) o las microempresas (México) (UNCTAD, 2018).

En el caso de la legislación colombiana, la Ley 1.480 de 2011 (Estatuto del Consumidor) define *consumidor* como:

Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario (artículo 5).

Como se observa, este país acoge una definición amplia en la medida que incluye la protección a personas naturales y jurídicas, no se limita a actividades a título oneroso y, además, admite la protección a casos de contratos con doble finalidad.

La protección del consumidor internacional en perspectiva comparada

Como se indicó en líneas anteriores, el comercio electrónico constituye actualmente una actividad de capital importancia en el marco de la economía global digital. Esto ha sido reconocido por gobiernos y organizaciones internacionales, como la OCDE (2016) o la UNCTAD (2018), las que en las últimas décadas han manifestado su compromiso para promover el adecuado desarrollo de esta actividad. Sin embargo, entre los diversos instrumentos de *soft law* y *hard law* que han abordado el tema del comercio electrónico en sus diversas facetas, el comercio electrónico transfronterizo con consumidores ha sido consistentemente relegado.

A pesar de la existencia de algunos documentos o declaraciones de principios que reconocen la creciente importancia de proteger al consumidor en el marco de transacciones B2C transfronterizas o internacionales,⁸ son escasos los textos interna-

8. Por ejemplo, en los tratados de libre comercio suele incluirse un capítulo sobre comercio electrónico en los que se reconoce la importancia de proteger a los consumidores en el marco del comercio electrónico transfronterizo. Así sucede en los Tratados de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos,

cionales vinculantes que ofrecen respuestas satisfactorias a las dificultades a las que se enfrentan los consumidores internacionales. En tal sentido, se demanda la creación de una regulación adecuada para la protección del consumidor transfronterizo:

La falta de un sistema efectivo de resarcimiento del consumidor cuando las partes están radicadas en países diferentes sigue siendo un obstáculo importante para conseguir la confianza de los consumidores y solucionar los problemas que presenta la reparación para los consumidores en caso de controversia transfronteriza, por lo que resulta necesario resolver esta cuestión. Sin embargo, está resultando intratable el problema del derecho aplicable y su ejecución en el contexto del número creciente de las transacciones transfronterizas (UNCTAD, 2018).

Debe tenerse en cuenta que en la contratación electrónica el consumidor suele adquirir bienes y servicios mediante contratos de adhesión en los que con un clic acepta una serie de términos y condiciones, los que no son negociables e incluso pocas veces son leídos y entendidos por un consumidor promedio. En este contexto, el consumidor transfronterizo corre el riesgo de enfrentarse a cláusulas en las que elige un derecho foráneo como aplicable, o a la elección de un foro extranjero para la solución de controversias, y a la reducción de garantías o de estándares mínimos de protección, entre otros.

Por ello, en diversos escenarios internacionales se viene insistiendo en la necesidad de crear normas especiales sobre el derecho aplicable y la jurisdicción competente para la protección del consumidor transfronterizo (Asociación de Derecho Internacional de 2016, párrafo 2; Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo de 2013, párrafo 36). Esto se justifica en el reconocimiento al consumidor como parte débil dentro de la relación contractual, por lo que las reglas tradicionales de contratación en derecho internacional privado, en especial aquellas concernientes a elección de derecho aplicable y del foro, no son adecuadas en tanto el principio de autonomía de la voluntad —tan importante en la contratación internacional— debe ser ajustado o limitado en relaciones de consumo transfronterizas, más aún si se trata de contratos electrónicos de adhesión.

Colombia e Israel, la Unión Europea y Colombia o Perú y Ecuador, entre otros. Adicionalmente, se pueden mencionar instrumentos de *soft law* como las Directrices para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas generadas por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), la Declaración de Sofía sobre los Principios Internacionales de Protección al Consumidor de la Asociación de Derecho Internacional y las Recomendaciones de Johannesburgo y directrices sobre las mejores prácticas para la protección internacional de los consumidores también emitida por la Asociación de Derecho Internacional. Aunque de forma tangencial, las Directrices de la ONU para la protección de los consumidores de 2015 también reconocen la necesidad de protección del consumidor transfronterizo.

La protección del consumidor transfronterizo dentro de la Unión Europea

Normas sobre derecho aplicable para la protección al consumidor en el marco de transacciones electrónicas internacionales B2C

En materia de protección sustantiva al consumidor transfronterizo en el ámbito europeo, el principal instrumento regulatorio es el Reglamento (CE) 593/2008 sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales, conocido como Roma I. Este instrumento establece reglas para identificar el derecho sustantivo aplicable en transacciones de consumo internacional. En su artículo 6 se encarga de determinar la ley aplicable a los contratos celebrados por los consumidores, para lo cual se debe tener en cuenta el concepto de consumidor que prevalece en la Unión Europea, según se indicó en líneas anteriores. Esta norma busca proteger al consumidor dentro del tráfico mercantil internacional, cubriendo en general cualquier contrato entre profesional y consumidor, con excepción del listado de contratos señalados en el artículo 6.4.

Así, el mencionado artículo está dirigido a proteger específicamente a los denominados «consumidores pasivos». Este tipo de consumidor es aquel que es abordado por el profesional en su país de residencia, sea por publicidad, ofertas o por cualquier medio a través del cual se le invite a contratar, pudiendo conocer o no que el empresario es extranjero. Se contraponen al llamado «consumidor activo», quien es el que entra a contratar por iniciativa propia con un comerciante en el extranjero, pero consciente de tal situación. En tal sentido, el artículo 6.1 del Reglamento establece que el contrato se regirá por la ley del país en que el consumidor tenga su residencia habitual siempre que «el profesional ejerza sus actividades comerciales o profesionales en el país donde el consumidor tenga su residencia habitual, o que, *por cualquier medio dirija esas actividades a ese país o a distintos países, incluido ese país*» (énfasis propio).

Así las cosas, la norma en mención señala que en el espacio europeo el derecho aplicable a las transacciones internacionales B2C será el del domicilio del consumidor, siempre que se cumpla alguno de los siguientes supuestos: i) que el profesional ejerza sus actividades comerciales o profesionales en el país donde el consumidor tenga su residencia habitual, o ii) que el profesional dirija por cualquier medio sus actividades al país del consumidor o a distintos países, incluido el del consumidor.

Este segundo criterio es trascendental en el desarrollo de transacciones electrónicas internacionales de consumo, ya que en el contexto del comercio electrónico, donde un consumidor puede fácilmente acceder a cualquier sitio web nacional o extranjero, resulta particularmente importante el concepto de actividades dirigidas (*directed activity* o *targeted activity*), el que ha sido objeto de amplios debates en la jurisdicción europea.

En la sentencia del TJUE C-585/08, del 7 de diciembre de 2010, casos conjuntos *Pammer-Alpenhof*, se indicó que se debe determinar si el profesional ha manifestado la intención de entablar relaciones comerciales con consumidores dentro del Estado del consumidor contratante, para lo cual los tribunales deben tener en cuenta una

serie de criterios no exhaustivos que pueden servir de pruebas para concluir que la actividad del comerciante se dirige al Estado miembro del domicilio del consumidor. Así, frente a tales criterios se ha señalado que:

The following matters, the list of which is not exhaustive, are capable of constituting evidence from which it may be concluded that the trader's activity is directed to the Member State of the consumer's domicile, namely the international nature of the activity, mention of itineraries from other Member States for going to the place where the trader is established, use of a language or a currency other than the language or currency generally used in the Member State in which the trader is established with the possibility of making and confirming the reservation in that other language, mention of telephone numbers with an international code, outlay of expenditure on an internet referencing service in order to facilitate access to the trader's site or that of its intermediary by consumers domiciled in other Member States, top-level domain name other than that of the Member State in which the trader is established, and mention of an international clientele composed of customers domiciled in various Member States (Campo Comba, 2021b: 109-110).

Ahora bien, una de las características de la regulación europea es la existencia de una profusa cantidad de normatividad que en no pocos casos entra en estrecho contacto con las disposiciones del Reglamento Roma I. Tal es el caso, por ejemplo, del Reglamento (UE) 2018/302 sobre bloqueo geográfico de sitios web, el cual resulta de importancia para los operadores judiciales respecto al concepto de actividades dirigidas. Este reglamento establece que cuando un empresario, cumpliendo con las disposiciones del mismo, se abstenga de bloquear el acceso a su sitio web de consumidores ubicados en uno o varios Estados miembro, por ese solo hecho no se debería interpretar que el comerciante está dirigiendo sus actividades a esos lugares (artículo 1.6). De cualquier modo, es necesario que los jueces analicen las circunstancias en cada caso, para identificar aquellos hechos que se consideren relevantes e indicadores de que el empresario está dirigiendo sus actividades a un determinado Estado miembro (Campo Comba, 2021b: 113).

Es importante señalar que el Reglamento Roma I permite que las partes dentro de la relación contractual de consumo pacten el derecho aplicable. Sin embargo, la validez de tal elección estará sujeta a que el derecho elegido por las partes ofrezca una protección igual o superior al que brindan las disposiciones imperativas en el Estado de residencia del consumidor (artículo 6.2). En el caso de consumidores activos, el derecho aplicable se determina de conformidad con los artículos 3 y 4 del Reglamento Roma I, lo que significa que dicho contrato se regirá por la ley elegida por las partes y, en su defecto, normalmente por el derecho del domicilio del comerciante.

En efecto, las cláusulas de elección de derecho aplicable en contratos de consumo no son *a priori* cláusulas abusivas, sino solo en aquellos casos en que generen un desequi-

libro importante entre los derechos y obligaciones de las partes, lo cual puede derivar de una formulación poco clara e incomprensible en los términos del artículo 5 de la Directiva 93/13. Específicamente en estas cláusulas de elección de derecho aplicable, es indispensable que se informe al consumidor las normas imperativas que rigen este asunto, en especial el contenido del artículo 6, apartado 2, del Reglamento Roma I, que dispone que la elección de la ley aplicable no podrá acarrear para el consumidor la pérdida de la protección que le proporcionen aquellas disposiciones que no puedan excluirse mediante acuerdo en virtud de la ley que, a falta de elección, habría sido aplicable. Esta fue la regla señalada en la sentencia del TJUE C-191/15, del 28 de julio de 2016, caso *Verein für Konsumenteninformation con Amazon EU Sàrl*, en que se señaló:

El artículo 3, apartado 1, de la Directiva 93/13 debe interpretarse en el sentido de que una cláusula que figura en las condiciones generales de venta de un profesional, que no ha sido negociada individualmente, en virtud de la cual la ley del Estado miembro del domicilio social de ese profesional rige el contrato celebrado por vía de comercio electrónico con un consumidor, es abusiva en la medida en que induzca a error a dicho consumidor dándole la impresión de que únicamente se aplica al contrato la ley del citado Estado miembro, sin informarle de que le ampara también, en virtud del artículo 6, apartado 2, del Reglamento Roma I, la protección que le garantizan las disposiciones imperativas del derecho que sería aplicable, de no existir esa cláusula, extremo que debe comprobar el órgano jurisdiccional nacional a la luz de todas las circunstancias pertinentes.

Normas de asignación de competencia judicial en transacciones electrónicas internacionales B2C

En lo que respecta al foro judicial al cual debe acudir al consumidor europeo para la garantía de sus derechos, la sección 4 del Reglamento (UE) 1.215/2012 se encarga de establecer la competencia para conocer controversias derivadas de contratos celebrados por los consumidores. El objetivo global de la norma es proteger al consumidor — como parte débil de la relación — a la hora de fijar el sistema de competencia judicial internacional mediante la posibilidad de que se abra un foro próximo al consumidor y a través de la limitación de los efectos de cláusulas de sumisión a favor de los tribunales de un Estado, las que, con frecuencia, son impuestas por el empresario como parte fuerte en el contrato (Carrizo Aguado, 2018: 41).

En efecto, el Reglamento señala que el consumidor podrá demandar ante los órganos jurisdiccionales del Estado de su domicilio o en el Estado de su contraparte (artículo 18). Sin embargo, el artículo 17 establece que esto solo será posible cuando se trate de: a) una venta a plazos de mercaderías, b) en préstamo a plazos o de otra operación de crédito vinculada a la financiación de la venta de tales bienes, o c) cuando el comerciante haya dirigido sus actividades profesionales al Estado del consumidor o las ejerza allí.

En el caso del comercio electrónico, esto último significa que las empresas podrán ser demandadas ante los tribunales de los Estados miembros donde están domiciliados los destinatarios de sus actividades.

Debe tenerse en cuenta que la interpretación que los tribunales han dado al contenido del artículo 17.1.c del Reglamento (UE) 1.215/2012 es semejante a la que se ha dado al artículo 6.1 del Reglamento Roma I en el marco del concepto de «actividades dirigidas». Así, como resalta Wilderspin (2017: 467), el solo hecho de que una página de internet sea accesible en otro país no representa por sí solo un factor para establecer que el comerciante está dirigiendo sus actividades al extranjero, por lo cual se deben evaluar otros factores de cada caso concreto:

The European Court gave useful guidance on the interpretation of the “directed activities” criterion in *Pammer and Hotel Alpenhof*. It held, first, that for an activity to be directed towards a particular Member State, the mere accessibility of the website does not suffice; there must, instead, be evidence, before the contract was concluded, that the trader was envisaging doing business with consumers from other Member States, including that of the consumer’s domicile (domicile: habitual residence and establishment). Second, the Court held that evidence of such an intention on the part of the seller was not restricted to obvious intention, such as mentioning a country by name, but included other expressions of intention, such as the nature of the activity, international telephone codes, neutral top level domain names, indications of routes from another Member State and testimonials from other Member States. Third, as regards the use of languages and currencies, the Court accepted that the language or currency used on the website could be a relevant factor but only when the language or currency concerned is different from that generally used in the trader’s country.

De no cumplirse las condiciones del mencionado artículo 17, la competencia se establecerá por las reglas generales del artículo 7 que establece, por ejemplo, que cuando se trate de una compraventa de mercaderías se deberá demandar en el lugar del Estado miembro en el que, según el contrato, hayan sido o deban ser entregadas las mercaderías (artículo 7.1.b). Adicionalmente, si el demandado no está domiciliado en un Estado miembro, la competencia judicial se regirá por las reglas de conflicto de cada Estado (artículo 6).

Respecto a la limitación de la autonomía de la voluntad en la cláusula de elección de foro, el Reglamento (UE) 1.215/2012 admite que en contratos de consumo las partes puedan acudir a los tribunales que ellos mismos elijan, siempre que tales pactos sean posteriores al nacimiento del litigio, que permitan al consumidor formular demandas ante tribunales distintos de los indicados en el Reglamento, o que, tratándose de partes domiciliadas en el mismo Estado al momento de celebración del contrato, otorguen competencia a los tribunales de dicho Estado, a menos que la ley imperativa de ese Estado lo prohíba (artículo 19).

Normatividad adicional en materia de protección al consumidor

Actualmente, los reglamentos Roma I y Bruselas I (1.215/2012) son la principal base normativa de protección al consumidor europeo. Como señala Chen:

Currently, articles 17-19 Brussels I Regulation and article 6 Rome I Regulation work together to ensure that consumers are entitled to sue the professional party, or to be sued by the professional, in the courts of the country of the consumer's domicile (consumer's forum) and protected by the law of the country of the consumer's habitual residence. These protective jurisdiction and applicable law rules are based on the idea that consumers are the weaker party in comparison with the other party to the contract and require special protection (2022: 494).

Sin embargo, existen numerosas directivas comunitarias que ofrecen protección a los consumidores, siendo especialmente relevante la Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores y otras varias que consagran estándares sustantivos de protección en áreas específicas como cláusulas abusivas (93/13/CEE), fijación de precios (98/6/CE), créditos de consumo (2008/48/CE), garantías de bienes (1999/44/CE), servicios financieros (2002/65/CE), resolución alternativa de litigios en materia de consumo (2013/11/UE), directrices para los contratos de crédito al consumo vinculados a bienes inmuebles residenciales (2014/17/UE), normas que protegen diversos derechos del consumidor (2019/2.161/UE), protección a los consumidores cuando reservan unas vacaciones combinadas u otras formas de viajes combinados (2015/2.302/UE) y acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de los consumidores (2014/104/UE; 2020/1.828/UE), entre otras.

Varias de estas directivas tienen en común que su criterio de aplicación se da cuando el contrato tiene «vínculos estrechos con el territorio de la UE», por lo cual en ocasiones puede resultar que, aunque el artículo 6 del Reglamento Roma I no resulte aplicable, sí lo puede ser la directiva (Carrascosa González, 2012: 1.254-1.265) con la problemática adicional que dicha expresión no ha gozado de interpretación y aplicación uniforme en los Estados miembros (Campo Comba, 2021a: 65).

Esta situación ha despertado profundas reflexiones y críticas al sistema de protección al consumidor europeo porque, entre otros motivos, se ha generado un numeroso y fragmentado sistema normativo de protección pobremente articulado con el Reglamento Roma I (Wilderspin, 2017: 470), donde en ocasiones resultan aplicables dos o más textos, con disímil interpretación entre los Estados miembro,⁹ o, por el

9. «La seguridad jurídica se ve perjudicada cuando normas que de alguna manera afectan a la ley aplicable se encuentran dispersas en varios instrumentos. Además, existe incertidumbre acerca de la naturaleza específica y función de dichas normas con incidencia en la ley aplicable, y acerca de su interacción con el Reglamento RI, puesto que no existe acuerdo sobre si estas normas son normas de conflicto específicas que prevalecen sobre las normas de conflicto del reglamento en base al artículo 23 RI» (Campo Comba, 2021a: 66).

contrario, porque algunas situaciones como la de consumidores activos en el espacio europeo (Campo Comba, 2021a: 61), la protección de los llamados *prosumers* en los contratos con doble finalidad, o la aparición de nuevas modalidades de plataformas intermediarias en línea, carecen de protección (Cuenca Casas, 2020: 283-348).

En efecto, la multiplicidad de directivas en diversos ámbitos de protección al consumidor ha generado un panorama de fragmentación en la protección al consumidor europeo. Como señala Ferrari:

The impact of these sector related modifications on the conflict-of-laws regimes of the Member States is determinate by the fact that, as per the legal nature of directives, their implementation in different national legal systems occurs in a not very uniform way —both in terms of form and substance— has ended up creating islands of private international law protection for consumers, despite the original idea of creating one uniform regime, and one regimen only, via Art. 5 5 Rome Convention (2020: 180).

Estas debilidades terminan reflejadas en la pérdida de confianza del consumidor europeo por el comercio electrónico transfronterizo, pese a contar con corpus jurídico común (UNCTAD, 2018: 108).

Especialmente importantes son la Ley de Mercados Digitales (DMA) y la Ley de Servicios Digitales (DSA) que entraron en vigor en 2024, aunque ya venían aplicándose desde 2023 a diecinueve plataformas en línea, incluidos Amazon y Alibaba. En términos generales, la DSA tiene como objetivo principal regular las plataformas y mercados en línea, las redes sociales y las tiendas de aplicaciones para implementar mecanismos efectivos que permitan la retirada de contenidos ilícitos y, en general, garantizar la protección de los derechos fundamentales de los usuarios en línea. Por su parte, la DMA regula a las empresas de tecnología consideradas como «controladores de acceso» o *gatekeepers*, con el fin de que adopten medidas que permitan la carga de aplicaciones, la interoperabilidad con servicios competidores y posibiliten el acceso y la transferencia de datos generados en sus plataformas, todo esto con el fin de favorecer la libre competencia.

Teniendo en cuenta su ámbito de aplicación, es evidente que estas dos normas generarán un impacto en la protección de los consumidores europeos. Por ejemplo, la DSA establece mayores responsabilidades a las plataformas en línea que actúan como intermediarias entre consumidores y comerciantes en temas de diseño, accesibilidad y claridad en la información. Por su parte, la DMA impone responsabilidades a las grandes empresas, como la prohibición de clasificar sus propios productos por encima de los de terceros y mayores limitaciones en el uso de datos personales recopilados.

Ambas normas están llamadas a convertirse en un referente global para la regulación de entornos digitales, con potencial para impactar de forma decisiva en el desarrollo del comercio electrónico y en la protección de los derechos de los consumidores.

Protección del consumidor transfronterizo en América Latina

Normas sobre derecho aplicable para la protección al consumidor en el marco de transacciones electrónicas internacionales B2C

Históricamente, América Latina ha carecido de normas regionales dirigidas a la protección del consumidor transfronterizo. Aunque el tema ha estado en la agenda de la Conferencia Especializada Interamericana sobre Derecho Internacional Privado (específicamente en la CIDIP-VII), hasta el momento dentro del sistema interamericano no se ha generado ningún instrumento específicamente dirigido a regular este ámbito. De hecho, dentro de los avances que la región ha tenido en materia de contratación internacional, se ha omitido o expresamente excluido la regulación de las transacciones de consumo.¹⁰

Esto ha llevado a que la protección del consumidor internacional dependa principalmente de los desarrollos de la normatividad interna en cada uno de los Estados. La mayor dificultad es que en la mayoría de países las normas de protección al consumidor están dirigidas a las transacciones del mercado interno,¹¹ por lo cual, al carecer de reglas específicas para los contratos internacionales de consumo, se deben aplicar las reglas de conflicto generales en materia de contratación internacional. Por ejemplo, tal es la situación de Colombia, que cuenta con un completo estatuto de protección al consumidor (Ley 1.480 de 2011), en el que incluso se consagran una serie de garantías sustantivas para el consumidor dentro del comercio electrónico (Ley 1.480 de 2011, artículo 50, y Decreto 1.499 de 2014), pero no se establecen reglas específicas para el comercio electrónico transfronterizo.

Esta situación es doblemente problemática: por una parte, al regirse por las reglas generales de la contratación internacional, las transacciones internacionales de consumo carecen de medidas que subsanen los ya mencionados desequilibrios y asimetrías entre el profesional y el consumidor como parte débil; por otro lado, al regirse la materia por las reglas de conflicto internas de cada país, se genera un escenario de protección fragmentado y no uniforme, pues las disposiciones frente al derecho aplicable y jurisdicción competente respecto a los contratos internacionales varían de país en país. Así, por ejemplo, Brasil «regula los contratos internacionales por la ley del lugar de celebración, mientras que Paraguay, Uruguay y Argentina lo hacen por la ley del lugar de ejecución. A su turno, Venezuela, en defecto de la autonomía de la voluntad,

10. Tal es el caso, por ejemplo, de la Convención de México de 1994 sobre la ley aplicable a los contratos internacionales, la cual no hace referencia a los consumidores, o la Guía sobre el Derecho Aplicable a los Contratos Comerciales Internacionales en las Américas de 2019, que excluye los contratos de consumo (párrafo 114).

11. No obstante, algunas legislaciones como la panameña, dominicana o argentina vienen efectuando avances en su legislación interna para proteger al consumidor transfronterizo. Compárese Feldstein de Cárdenas (2014: 779-812).

recurre al derecho con el cual el contrato se encuentre más directamente vinculado (principio de proximidad)» (Dreyzin de Klor, 2015: 195).

En Colombia, respecto al derecho aplicable al contrato internacional, el estatuto mercantil acoge el criterio del lugar de ejecución (artículo 869 del Código de Comercio), aunque aspectos como la validez del contrato se rigen por la ley del lugar de celebración (artículos 20 y 21 del Código Civil) y la capacidad de las partes por la ley de la nacionalidad de cada una de ellas (artículo 19 del Código Civil) (Zapata de Arbeláez, 2016). Además, las legislaciones latinoamericanas tampoco son uniformes respecto a la posibilidad de las partes para elegir el derecho aplicable al contrato y las condiciones sobre las que tales pactos pueden o no ser válidos.

Ahora bien, en el espacio del Mercosur es de reciente creación el Acuerdo sobre Derecho Aplicable en Materia de Contratos Internacionales de Consumo de 2017, el que tiene como objeto determinar el derecho aplicable en materia de contratos internacionales de consumo celebrados en el ámbito del Mercosur. Este texto señala que en el caso de contratos internacionales celebrados estando el consumidor en el Estado de su domicilio, especialmente en caso de contratación a distancia, las partes pueden elegir como derecho aplicable el del domicilio del consumidor, el de lugar de celebración o ejecución del contrato o el de la sede del profesional, pero condicionado a que se elija el más favorable al consumidor; de no ser así, se aplicará el derecho del Estado del domicilio del consumidor (artículo 4).

Esta reglamentación parece más protectora que la dispensada en el marco europeo, pues en el Mercosur se busca la aplicación del derecho material más favorable al consumidor, que puede ser o no el del lugar de residencia del consumidor (Klein Vieira, 2018: 624-625). Sin embargo, esta fórmula no está exenta de inconvenientes, pues no siempre es sencillo determinar qué legislación es más favorable, y asimismo puede ocurrir que mientras una legislación es más favorable en un aspecto (por ejemplo, en el derecho de retracto), otra legislación tiene más garantías en otra materia (por ejemplo, en materia de indemnizaciones).

Por otra parte, se resalta que el Acuerdo sobre Derecho Aplicable parece asumir que siempre que el consumidor se encuentre en su domicilio y realice una contratación a distancia, se tratará de un consumidor pasivo, sin acudir al concepto de actividades dirigidas del espacio europeo (artículo 4.1). Esto representa un criterio más sencillo y garantista para el consumidor, pero al mismo tiempo expone a los comerciantes de cualquier lugar del mundo a las reglas descritas, sin consideración a cualquier otro tipo de circunstancia más que la celebración misma del contrato. Por demás, debe tenerse en cuenta que la regulación del consumidor activo o consumidor turista, es decir, aquel consumidor que celebra el contrato estando fuera del Estado de su domicilio, se efectúa en el artículo 5 de dicho acuerdo.

Sin embargo, el referido acuerdo aún no se encuentra vigente. El mismo texto dispone que entrará en vigor treinta días después del depósito del instrumento de

ratificación por el segundo Estado parte del Mercosur. A mayo de 2024, ningún Estado ha ratificado el instrumento.

Normas de asignación de competencia judicial en transacciones electrónicas internacionales B2C

En el espacio latinoamericano tampoco existe actualmente un instrumento internacional vigente sobre jurisdicción internacional en materia de relaciones de consumo y de ejecución de tales decisiones. Esto impone serias dificultades a los consumidores transfronterizos, quienes se ven abocados a regirse por las reglas generales de competencia de fuente interna, donde pueden existir factores de atribución como el domicilio del demandado o el lugar de celebración del contrato, y que resultan totalmente inadecuados para contratos electrónicos internacionales, pues exigirían al consumidor demandar en otro país o exponerlos a rechazos de competencia por no poder identificarse con precisión un lugar de celebración.

En el caso colombiano, por ejemplo, si bien las reglas de competencia de la normatividad interna en materia de consumo le permiten a los consumidores demandar ante los jueces nacionales,¹² los consumidores transfronterizos tendrían que asumir importantes cargas derivadas de actos procesales contra personas en el extranjero y, más importante aún, encontrarían grandes obstáculos al momento de pretender ejecutar un eventual fallo a su favor si el demandado no posee activos en el país, teniendo que someterse a un procedimiento internacional de reconocimiento y ejecución de su sentencia. Como se indicó, teniendo en cuenta que usualmente los litigios de consumo internacional son de baja cuantía, estas barreras por lo general generarán que el consumidor internacional renuncie a intentar cualquier acción judicial.

Ante este panorama, resulta sobresaliente el esfuerzo que el Mercosur ha realizado en materia de protección del consumidor transfronterizo, siendo especialmente relevantes en esta materia el Protocolo de Santa María sobre Jurisdicción Internacional en Materia de Relaciones de Consumo de 1996, el que señala el procedimiento y los tribunales competentes para conocer controversias provenientes de relaciones de consumo cuando proveedor y consumidor tienen su domicilio en distintos Estados del Mercosur, o cuando teniendo domicilio en un mismo Estado la prestación característica de la relación de consumo tiene lugar en otro Estado parte (artículo 2).

12. La Ley 1.480 de 2011 señala que tiene competencia «el juez del lugar donde se haya comercializado o adquirido el producto o realizado la relación de consumo» (artículo 58). Además, el Código General del Proceso dispone que es competente el juez del domicilio del demandado (artículo 28.1) o el juez del lugar de cumplimiento de cualquiera de las obligaciones (artículo 28.3), pero «cuando el demandado carezca de domicilio en el país, será competente el juez de su residencia. Cuando tampoco tenga residencia en el país o esta se desconozca, será competente el juez del domicilio o de la residencia del demandante» (artículo 28.1).

El protocolo, entonces, está orientado bajo el principio pro consumidor en tanto permite a este demandar ante los jueces de su domicilio (artículo 4) o, si lo desea, demandar ante los jueces del lugar de celebración del contrato, del cumplimiento de la prestación del servicio o de la entrega de los bienes, o en el domicilio del demandado (artículo 5). Además, también podrá demandar en el Estado parte donde el demandado tenga filial, sucursal, agencia o cualquier otra especie de representación con la cual realizó las operaciones que generaron el conflicto (artículo 6).

Ahora bien, el principal inconveniente que actualmente presenta esta regulación del Mercosur es que no está vigente. El Protocolo de Santa María suspendió su tramitación para su entrada en vigor hasta tanto no se aprobará el Reglamento Común Mercosur para la Defensa del Consumidor (artículo 18), el que terminó transformándose en el referido Acuerdo sobre Derecho Aplicable que solo se suscribió hasta diciembre de 2017 (Scotti, 2019: 315) y que, como ya se indicó, a la fecha no ha entrado en vigor.

Desafíos para la protección del consumidor internacional para América Latina y Colombia

El panorama expuesto evidencia que la principal dificultad para América Latina en materia de protección al consumidor transfronterizo es la ausencia de un marco común regulatorio. En esta labor, los espacios de integración regional latinoamericana tienen una tarea pendiente para materializar acciones concretas y efectivas que garanticen mínimos de protección a sus ciudadanos, al tiempo que generan un marco normativo adecuado que entregue confianza a los consumidores hacia el mercado transfronterizo.

Esto se puede lograr mediante la implementación de estrategias de largo plazo, como la discusión y consolidación multirregional de un marco común regulatorio para la protección del consumidor transfronterizo en América Latina —uno de los grandes desafíos de la economía digital en la actualidad—, pero también mediante estrategias de corto y mediano plazo como la implementación de instrumentos público-privados para el acceso a mecanismos de justicia de los consumidores.

Respecto de las primeras estrategias, sin duda el Mercosur ha sido el foro latinoamericano con mayores avances en este campo, pero aún es necesario materializar en normas efectivamente vinculantes los logros alcanzados. Como señala Scotti, «los Estados parte del Mercosur deben asumir, ahora, el compromiso internacional de ratificar dicho Acuerdo [sobre Derecho Aplicable], así como destrabar la entrada en vigor del Protocolo de Santa María. Seguidamente, nuestros jueces deberán interpretar y aplicar satisfactoriamente las nuevas disposiciones en favor de los derechos de los consumidores» (2019: 322).

Ahora bien, debe tenerse en cuenta que aun si los referidos instrumentos del Mercosur entrasen en vigor, solo lo harían, en principio, entre los Estados signatarios que los ratifiquen (fueron signatarios del Acuerdo sobre Derecho Aplicable Argentina, Brasil,

Paraguay y Uruguay). Por esto es clave resaltar que el Acuerdo sobre Derecho Aplicable abre una puerta para lograr un impacto significativo en la región: permite la adhesión a los Estados asociados al Mercosur (artículo 10), lo que de materializarse representaría un avance fundamental para el desarrollo comercial de América Latina.¹³

Por otra parte, no se debe perder de vista que los gigantes del comercio electrónico mundial son *marketplaces* de procedencia estadounidense y asiática.¹⁴ Por ende, es imperativo para los Estados latinoamericanos dirigir esfuerzos para proteger a los consumidores en dichos mercados. En esta tarea los tratados de libre comercio pueden proporcionar una oportunidad de acción, pues la mayor parte de estos instrumentos reconocen la importancia de proteger a los consumidores en el marco del comercio electrónico transfronterizo.

En tal sentido, el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y Colombia reconoce «la importancia de mantener y adoptar medidas transparentes y efectivas para proteger a los consumidores de prácticas comerciales fraudulentas y engañosas cuando realizan transacciones mediante comercio electrónico» y «la importancia de la cooperación entre las respectivas agencias nacionales de protección al consumidor en las actividades relacionadas con el comercio electrónico transfronterizo para fortalecer la protección al consumidor» (artículo 15.5). De la misma forma, en el Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y Colombia, Perú y Ecuador se establece que «las partes mantendrán un diálogo sobre asuntos reglamentarios del comercio electrónico, que tratará, entre otros, [...] de la protección de los consumidores en el ámbito del comercio electrónico de, entre otros, prácticas comerciales fraudulentas o engañosas en el contexto transfronterizo» (artículo 163).

Lo anterior es concordante con lo establecido por la OCDE en las Directrices para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas, donde se resalta la importancia de mejorar la capacidad de proteger a los consumidores extranjeros de proveedores nacionales dedicados a las prácticas comerciales fraudulentas y engañosas, y de mejorar la capacidad de proteger a los consumidores nacionales de proveedores extranjeros dedicados a las prácticas comerciales fraudulentas y engañosas (OCDE, 2003: 5).

Así las cosas, el desafío del Estado colombiano y de los demás países latinoamericanos en semejantes circunstancias, es promover diálogos que deriven en instrumentos y mecanismos de protección efectiva para los consumidores transfronterizos. La cooperación

13. Son Estados asociados del Mercosur: Chile, Colombia, Ecuador, Guyana, Perú y Surinam. Bolivia se encuentra en proceso de adhesión.

14. Algunos estudios estiman que el 58 % del comercio electrónico global está concentrado en apenas seis compañías, de las que cuatro de ellas son chinas y dos son estadounidenses (Taobao 15 %, Tmall 14 %, Amazon 13 %, JD 9 %, Pinduoduo 4 %, eBay 3 %). John Koetsier, «44 % of global ecommerce is owned by 4 Chinese companies», *Forbes*, 21 de octubre de 2020, disponible en <https://tipg.link/MoZG>.

internacional entre Estados y con particulares es esencial para lograr estándares aceptables de protección al consumidor transfronterizo. Como señala las Naciones Unidas:

Los Estados miembro podrían tal vez examinar las directrices y normas internacionales pertinentes sobre el comercio electrónico y sus correspondientes revisiones y, en su caso, adaptar esas directrices y normas a sus circunstancias económicas, sociales y ambientales, para que puedan acatarlas, y colaborar con otros Estados miembro en su aplicación a través de las fronteras (UNCTAD, 2016: 20).

En esta labor se debe tener en cuenta que no siempre los instrumentos de *hard law* pueden ser los más efectivos: la experiencia del Mercosur con el Protocolo de Santa María muestra que instrumentos vinculantes exigen ingentes esfuerzos y un amplio tiempo de construcción, los que no siempre se materializan en instrumentos ratificados por los Estados. No obstante, como alternativa y estrategias de corto y mediano plazo, los Estados pueden promover mecanismos de cooperación con las empresas donde, a partir de ejercicios autorregulatorios, se generen espacios de protección a los consumidores.

Estos mecanismos autorregulatorios en el comercio electrónico no son extraños en absoluto, herramientas como los sistemas de reputación en línea o los sistemas de compra protegida que utilizan algunos *marketplaces* han jugado un rol muy importante en el desarrollo de esta actividad. Por ello, en el marco del comercio electrónico transfronterizo, la cooperación entre empresarios y Estados puede generar soluciones a ciertas deficiencias identificadas, como, por ejemplo, el acceso efectivo a foros de resolución de conflictos.

Sin embargo, ante la inexistencia de tratados vinculantes que proporcionen soluciones a asuntos de jurisdicción competente o ejecución de fallos en litigios de consumo internacional, los denominados *alternative dispute resolution* (ADR) y los *online dispute resolution* (ODR) pueden ser un escenario de autorregulación regulada en que empresarios y Estados cooperen para garantizar los derechos de los consumidores latinoamericanos.¹⁵ Algunas plataformas de comercio en línea —como eBay o Amazon— ya cuentan con sus propios sistemas de resolución de disputas, y también existen plataformas de este tipo de carácter público y algunas privadas e incentivadas por Estados. En efecto, les corresponde a estos generar el marco normativo adecuado para el funcionamiento de estos escenarios garantizando la ejecución transfronteriza de sus decisiones sin tener que acudir a procesos judiciales de reconocimiento y ejecución de fallos (Nava

15. Se habla de *autorregulación regulada* porque no se trata de dejar a exclusiva potestad de los actores mercantiles el contenido sustantivo de protección al consumidor ni la observancia de garantías básicas del debido proceso, aspectos en los cuales es indispensable la regulación y vigilancia estatal. Pero los empresarios y particulares sí pueden desempeñar un rol activo en la creación de escenarios alternativos de resolución de conflictos en línea, con observancia de adecuados estándares procesales.

González, 2020: 187-208; De la Rosa, 2017: 109-138). Así, los ADR y ODR son espacios de oportunidad donde la cooperación público-privada puede generar soluciones a los problemas de acceso a la justicia en litigios de consumo de escasa cuantía y a la ejecución de tales decisiones. América Latina, incluido Colombia, tiene mucho por avanzar en este aspecto.

Esta propuesta, además, se orienta en la misma línea que la OCDE ha adoptado en su recomendación sobre la protección del consumidor en el comercio electrónico, donde señala que «los consumidores deberían tener acceso a los mecanismos alternativos de solución de controversias, incluidos los sistemas de resolución de disputas en línea, para facilitar la resolución de reclamaciones sobre las transacciones de comercio electrónico, con especial atención a las transacciones de bajo valor o transfronterizas» (OCDE, 2016: 8).

Debe tenerse en cuenta que, particularmente, los ODR constituyen una valiosa oportunidad para fortalecer la tutela efectiva de los derechos de los consumidores electrónicos transfronterizos. Incluso, en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible del programa adoptado por la Organización de las Naciones Unidas mediante la Resolución de la Asamblea General 20/01 de 2015, los ODR se han considerado como «una apuesta sólida para generar un mayor acceso a la justicia», especialmente en materias de consumo (Calderón y Sal, 2022: 44), por sus principales ventajas como el fácil acceso, el costo bajo y la velocidad en los trámites.

Sin embargo, pese a que la pandemia ha generado un impulso en estas herramientas, el despegue y desarrollo de los ODR en diversas jurisdicciones ha sido lento y accidentado. Por ejemplo, la Plataforma de Resolución de Conflictos de Consumo en Línea de la Unión Europea, operativa desde 2017, ha mostrado que pocos consumidores electrónicos la conocen o hacen uso de ella y tampoco ha logrado su propósito de lograr mayores volúmenes de compra por parte de los consumidores europeos (Díaz y Bustamante, 2022: 253). Adicionalmente, solo un ínfimo porcentaje del total de quejas recibidas termina en un acuerdo entre consumidor y comerciante (Armenta Deu, 2021: 259).

En algunos países del continente asiático y del Medio Oriente también se están comenzando a desarrollar experiencias de ODR en materia de consumo. Por ejemplo, India se encuentra en proceso de implementación de un ODR de consumo que contará con una primera fase de negociación directa, si fracasa se abre una etapa de mediación y, en caso de no llegar a un acuerdo, las partes escogerán a un árbitro para que solucione la disputa en una fase final de arbitraje. Nueva Zelanda, por su parte, no tiene legislación vinculante para la solución de disputas digitales, pero con base en las directrices de la OCDE se ha implementado un tribunal de disputas de consumo con cuantía hasta los quince mil dólares (Díaz y Bustamante, 2022: 255-259).

En el ámbito latinoamericano, los desarrollos de ODR han sido incluso más limitados. Por ejemplo, en Chile, no ha sido sino hasta la modificación en el año 2021 de la Ley de Protección de Derechos del Consumidor que se ha comenzado a considerar la

posibilidad de implementar un sistema de mediación y arbitraje en línea de consumo, específicamente a partir de los términos del inciso final del artículo 3 letra g) de la Ley 19.496 que indica que el sistema de solución de controversias podrá llevarse por medios electrónicos (Rojas y Arancibia, 2024: 29).

En Colombia, la conciliación es actualmente el mecanismo alternativo de solución de conflictos (MASC) más importante en términos cuantitativos y cualitativos. Por ejemplo, en 2023 el número de solicitudes de conciliación fue significativamente mayor a las de cualquier otro MASC, lo que generó más de 172.000 solicitudes de conciliación, frente a casi 6.500 solicitudes de arbitraje.¹⁶ Este fenómeno se puede explicar teniendo en cuenta que la conciliación extrajudicial constituye, como regla general, el requisito de procedibilidad para acudir ante las jurisdicciones que por norma así lo exijan (Ley 2.220 de 2022, artículo 28, número 18), incluyendo, por supuesto, el acceso a la jurisdicción civil en los términos de la Ley 1.564 de 2012 y del artículo 68 del Estatuto de Conciliación. De hecho, la mayoría de las solicitudes de conciliación se han presentado en asuntos civiles y comerciales, pero es el área de contratos la que contribuye en mayor medida a estas estadísticas.

Por ejemplo, para 2023, en asuntos civiles y comerciales se presentaron 78.278 solicitudes de conciliación (el 45,2 % del total de solicitudes durante el año). De esta cantidad, 34.715 solicitudes versaron sobre temas de contratos (el 44,3 % de las solicitudes en materias civiles y comerciales), cifras que reflejan la inmensa importancia que la conciliación tiene actualmente para la solución de controversias en materia contractual privada.

Vale la pena señalar que en el marco de los denominados ODR, la conciliación, la mediación y el arbitraje han encontrado un espacio para aumentar su efectividad. Así, a partir de las modificaciones normativas que se dieron pospandemia, normas como la Ley 2.213 de 2022 y la Ley 2.220 de 2022, han permitido en Colombia la posibilidad de adelantar procedimientos de conciliación y arbitraje a través de medios virtuales, lo que generó que la virtualidad se haya convertido en la regla general en la práctica de estos mecanismos.

No obstante, las solicitudes en asuntos de consumo no representan un porcentaje significativo: desde 2016 se registraron 3.649 solicitudes de conciliación, de las cuales menos de la mitad terminaron en arreglo. Una posible explicación para ello es la ausencia de un enfoque dirigido específicamente a la solución de asuntos en materia de consumo.

Dado este panorama, cobra mayor importancia la implementación de ODR dirigidos a la protección de consumidores. En este campo se pueden mencionar dos plataformas

16. Sistema de Información de la Conciliación, el Arbitraje y la Amigable Composición (SICAAC), disponible en <https://www.sicaac.gov.co>.

gubernamentales en Brasil y Colombia denominadas Consumidor.gov y SICFacilita,¹⁷ respectivamente, creadas para resolver conflictos en el marco de relaciones de consumo. Es la experiencia brasilera quizá la más exitosa en términos de reclamos efectivamente gestionados (Díaz y Bustamante, 2022: 253). Estos mecanismos, además, cuentan con la limitación de que comprenden únicamente la etapa de arreglo directo, de tal forma que si no se alcanza un acuerdo entre las partes, el consumidor debe acudir a los mecanismos ordinarios de administración de justicia.

De esta forma, si bien resulta valiosa la generación de políticas públicas que incentiven la aparición de mecanismos de ODR de consumo, es clave que los Estados amplifiquen su alcance para que comprendan las etapas de arreglo directo, mediación y arbitraje, pues de lo contrario el consumidor verá limitadas sus oportunidades de satisfacción al alcance de un arreglo con el proveedor. Por esto, los Estados deben tener muy en cuenta su realidad local en lo que respecta a la conectividad de la ciudadanía y la llamada «brecha digital». Así, en el marco del comercio electrónico transfronterizo, el acceso a estos ODR debe tener en cuenta la posibilidad de que consumidores de diferentes países puedan acceder de forma sencilla al mecanismo y conozcan de forma clara sus derechos conforme a las normas imperativas del foro.

Conclusiones

Los consumidores internacionales o transfronterizos están expuestos a una serie de dificultades que no han sido debidamente abordadas por las legislaciones nacionales latinoamericanas ni por los foros regionales. El derecho comparado permite evidenciar las debilidades y oportunidades en materia de protección al consumidor transfronterizo o internacional que tienen Colombia y América Latina. Se identificó que la principal debilidad es la ausencia de un marco común regulatorio específico en esta materia, ya que, al tratarse de una actividad transfronteriza, la adecuación de las legislaciones internas de los Estados no es suficiente para lograr la protección de los consumidores por fuera de las fronteras y, entonces, se requieren ejercicios de integración entre los Estados.

En el espacio latinoamericano, el Acuerdo Mercosur sobre Derecho Aplicable en Materia de Contratos Internacionales de Consumo de 2017 y el Protocolo de Santa María sobre Jurisdicción Internacional en Materia de Relaciones de Consumo de 1996

17. En el caso de SICFacilita, desde su creación y hasta 2021, la plataforma había recibido 212.102 solicitudes, de las cuales 116.148 se cerraron con acuerdo favorable para el consumidor y 53.139 se cerraron sin acuerdo (Zamora, 2022: 44). En 2023, la plataforma recibió un total de 20.405 solicitudes, de las cuales el 60 % concluyeron en un acuerdo. Superintendencia de Industria y Comercio (@sicsuper), «En 2023 los operadores de telecomunicaciones encabezaron el mayor número de reclamaciones presentadas por l@s consumidores ante la #SIC, a través de #SICFacilita...», X, 29 de enero de 2024, disponible en <https://tipg.link/MobC>.

son intentos de avanzar en la materia. Bajo las normas del acuerdo, las partes pueden elegir como derecho aplicable el del domicilio del consumidor, el de lugar de celebración o ejecución del contrato o el de la sede del profesional, pero condicionado a que se elija el más favorable al consumidor; de no ser así, se aplicará el derecho del Estado del domicilio del consumidor. Por su parte, con base en el protocolo, el consumidor puede demandar ante los jueces de su domicilio o ante los jueces del lugar de celebración del contrato, del cumplimiento de la prestación del servicio o de la entrega de los bienes o en el domicilio del demandado. También podrá demandar en el Estado parte donde el demandado tenga filial, sucursal, agencia o cualquier otra especie de representación con la cual realizó las operaciones que generaron el conflicto.

Pese a lo anterior, ninguno de estos instrumentos han estado en vigor y no existe otra normatividad internacional semejante. Por esto, actualmente la protección de los consumidores transfronterizos se rige por las normas de conflicto e internas de cada uno de los Estados.

Así las cosas, América Latina tiene un largo camino por recorrer en materia de protección al consumidor electrónico transfronterizo. En primer lugar, es indispensable contar con instrumentos internacionales en materia de elección del derecho aplicable y de jurisdicción internacional. En tal sentido, el Acuerdo sobre Derecho Aplicable en Materia de Contratos Internacionales de Consumo del Mercosur es una oportunidad para que los Estados avancen en esa dirección. Lo mismo se puede decir del Protocolo de Santa María, ya que ambos ofrecen una gran oportunidad para que los países de la región superen el déficit de protección identificado.

Aunque se estableció que estos instrumentos pueden llegar a ser más garantistas para el consumidor transfronterizo que la normatividad análoga europea, es evidente que Europa ha recorrido un camino mucho más largo en materia de normatividad de protección al consumidor transfronterizo del que América Latina puede aprender. Una de las principales lecciones que se pueden tomar de la experiencia europea es la generación de estándares sustantivos de protección comunitarios. Sin embargo, para evitar la fragmentación normativa que se identificó en el viejo continente, es posible que para el caso latinoamericano el mejor camino para discutir y generar tales estándares comunes sean instrumentos de *soft law*, bajo los cuales los Estados se comprometan de buena fe a armonizar sus legislaciones bajo estándares mínimos de protección al consumidor transfronterizo. De hecho, en sus directrices la OCDE insta a los Estados miembro a:

Revisar sus propios marcos jurídicos nacionales a fin de identificar los obstáculos que existan para una cooperación transfronteriza efectiva en el cumplimiento de las leyes diseñadas para proteger a los consumidores en contra de las prácticas comerciales fraudulentas y engañosas, y buscarán considerar los cambios necesarios que requiera su propia legislación nacional o la adopción de nuevas leyes, para superar estas barreras (OCDE, 2003: 14).

Así, los ADR y ODR pueden convertirse en un escenario idóneo para que, mediante ejercicios de autorregulación regulada, se generen instrumentos que superen las barreras de acceso efectivo a la justicia de los consumidores internacionales. No obstante, entre los límites que pueden explicar los escasos avances de los ODR en materia de consumo transfronterizo se suele resaltar: la brecha digital —entendiendo por tal el desconocimiento en el acceso uso y manejo de TIC por parte de muchos consumidores—, la (in) compatibilidad de sistemas operativos informáticos entre usuarios de diferentes países (Armenta Deu, 2021) y la limitada cobertura en la operatividad de los sistemas ODR actualmente disponibles que solo contemplan, en la mayoría de casos, las etapas de reclamo y respuesta, pero dejan sin cobertura los escenarios de negociación, decisión y ejecución de la decisión (Díaz y Bustamante, 2022: 253).

Superar estas barreras requiere un amplio compromiso por parte de las autoridades legislativas nacionales. En este sentido, a partir de los compromisos adquiridos en los Tratados de Libre Comercio, los Estados latinoamericanos deben incrementar los esfuerzos para generar instrumentos de protección al consumidor transfronterizo en los mercados de aquellos países con los que se tiene tales tratados. Incentivar mecanismos de cooperación con los particulares a través de sistemas ODR mientras se fortalece el uso de los mecanismos reputacionales, puede ser una adecuada estrategia de política pública para superar los déficits de protección que los consumidores transfronterizos latinoamericanos experimentan en la actualidad.

Referencias

- ARMENTA DEU, María Teresa (2021). *Derivas de la justicia: Tutela de los derechos y solución de controversias en tiempos de cambio*. Madrid: Marcial Pons.
- CALDERÓN, Eduardo y Guillermo Sal (2022). «Desmitificando los *online dispute resolution* (ODR)». En Guillermo O. Sal, Eduardo Andrés Calderón Marengo, Marién Yolanda Correa Corredor, Tania del Socorro Rodríguez Palacios, David José Mancera Hernández y Jaime Elías Torres Buelvas (autores), *ODR: Validez y eficacia en Argentina, Colombia y Nicaragua para aportarle al ODS 16* (pp. 17-55). Concepción del Uruguay: Espacio Editorial Institucional UCU.
- CAMPO COMBA, María (2021a). «Derecho internacional privado europeo y aplicación de las directivas europeas protectoras de la parte contractual débil». *Revista Española de Derecho Internacional*, 73 (1): 57-82.
- . (2021b). *The Law Applicable to Crossborder Contracts involving Weaker Parties in EU Private International Law*. Cham: Springer
- CARRASCOSA GONZÁLEZ, Javier (2012). «Operaciones internacionales de consumo». En Javier Carrascosa González y Alfonso Calvo Caravaca (directores), *Derecho del comercio internacional* (pp. 1.223-1.265). Madrid: Colex.

- CARRIZO AGUADO, David (2018). *Régimen jurídico de las operaciones internacionales de consumo en los servicios turísticos digitales*. Madrid: Dykinson.
- CASSETTI, Luca (2023). «A word from e-commerce Europe». En Sara Lone y Jesse Weltevreten (autores), *European e-commerce report* (p. 2). Amsterdam, Bruselas: Amsterdam University of Applied Sciences & Ecommerce Europe.
- CEPAL, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2018). *La Unión Europea y América Latina y el Caribe Estrategias convergentes y sostenibles ante la coyuntura global*. Santiago: Naciones Unidas. Disponible en <https://tipg.link/MoZ7>.
- CHEN, Zhen (2022). «The Tango between the Brussels IA Regulation and Rome I Regulation under the Beat of Directive 2008/122/EC on Timeshare Contracts towards Consumer Protection». *Journal of Private International Law*, 18 (3): 493-521. DOI: [10.1080/17441048.2022.2148901](https://doi.org/10.1080/17441048.2022.2148901).
- CUENA CASAS, Matilde (2020). «La contratación a través de plataformas intermediarias en línea». *Cuadernos de Derecho Transnacional*, 12 (2): 283-348.
- DE LA ROSA, Fernando (2017). «Régimen de las reclamaciones de consumo transfronterizas en el nuevo derecho europeo de resolución alternativa y en línea de litigios de consumo». *Revista Española de Derecho Internacional*, 69 (1): 109-137.
- DÍAZ, Sebastián y Mónica María Bustamante (2022). «Análisis de los sistemas de solución de conflictos en línea en el mundo y propuesta para su implementación en Colombia». *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 11 (2): 245-276. DOI: [10.5354/0719-2584.2022.66688](https://doi.org/10.5354/0719-2584.2022.66688).
- DREYZIN DE KLOR, Adriana (2015). «Régimen del comercio electrónico de consumo transfronterizo». En Fernando De la Rosa (editor), *La protección del consumidor en dos espacios de integración: Europa y América* (pp. 203-252). Madrid: Tirant lo Blanch.
- FELDSTEIN DE CÁRDENAS, Sara (2014). «La (des)protección del consumidor transfronterizo: Tres hitos en el derecho latinoamericano contemporáneo». *Anuario Español de Derecho Internacional Privado*, 14 (1): 779-809.
- FELDSTEIN DE CÁRDENAS, Sara y Luciana Scotti (2013). «La jurisdicción internacional en los contratos de consumo celebrados a través de Internet a propósito de un caso de la jurisprudencia francesa: *Sébastien Robert c. Société Facebook Inc*». *Ars Boni et Aequi*, 9 (1): 249-289.
- FERRARI, Franco (2020). *Concise Commentary on the Rome I regulation*. 2.^a ed. Cambridge: Cambridge University Press.
- KLEIN VIEIRA, Luciane (2018). «La codificación del derecho internacional privado del consumidor en el Mercosur: Las recientes manifestaciones en materia de ley aplicable al contrato internacional con consumidores». *Anuario Español de Derecho Internacional Privado*, 18 (1): 617-636.
- MINTIC, Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2023). *Indicadores del comercio electrónico 2022*. Disponible en <https://tipg.link/MoZI>.

- NAVA GONZALEZ, Wendolyne (2020). «Los mecanismos extrajudiciales de resolución de conflictos en línea: Su problemática en el derecho internacional privado». *Anuario Colombiano de Derecho Internacional*, 13 (1): 187-208.
- OCDE, Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (2003). *Directrices de la OCDE para la protección de los consumidores de prácticas comerciales transfronterizas fraudulentas y engañosas*.
- . (2016). *Recomendación del Consejo sobre la Protección al Consumidor en el Comercio Electrónico*.
- PATIL, Ashok y Pratima Narayan (2014). «Protection of consumers in cross-border electronic commerce». *International Journal on Consumer Law and Practice*, 2 (1): 59-79.
- ROJAS, Cristian y Luis Arancibia (2024). «Conceptualización y propuestas de diseño para un mecanismo ODR de consumo para Chile». *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 13: 1-35. DOI: [10.5354/0719-2584.2024.66677](https://doi.org/10.5354/0719-2584.2024.66677).
- SCOTTI, Luciana (2019). «Avances con miras a la protección de los consumidores en el Mercosur». *Anales de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales*, 16 (49): 295-329.
- TOBAR, Jenner (2020). *Los principios Unidroit: Fundamentos, práctica y aplicaciones*. Bogotá: Ibañez.
- UNCTAD, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2016). *Directrices para la protección del consumidor*.
- . (2017). *Informe del Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho y Política de Protección del Consumidor sobre su segundo período de sesiones*.
- . (2018). *Manual sobre protección del consumidor*. Nueva York y Ginebra: Naciones Unidas.
- . (2020). *Global e-commerce hits \$25.6 trillion—latest UNCTAD estimates*. Disponible en <https://tipg.link/MobI>.
- . (2021). *Global e-commerce jumps to \$26.7 trillion, Covid-19 boosts online sales*. Disponible en <https://tipg.link/MobL>.
- WILDERSPIN, Michael (2017). «Consumer contracts». En Jürgen Basedow, Giesela Rühl, Franco Ferrari y Pedro A. de Miguel Asensio (editores), *Encyclopedia of private international law* (pp. 464-472). Cheltenham: Edward Elgar.
- ZAMORA, Laura (2022). *Online dispute resolution (ODR) de consumo en Colombia: Balances y perspectivas*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- ZAPATA DE ARBELÁEZ, Adriana (2016). «La ley aplicable al contrato internacional». En Laura García Matamoros y Antonio Aljure (editores), *Teoría general del derecho internacional privado* (pp. 189-220). Bogotá: Legis.

Agradecimientos

Este artículo es el resultado de una investigación articulada al grupo de investigación de Derecho Privado y del proceso Gustavo Vanegas Torres de la Universidad Libre de Colombia, dentro del proyecto de investigación «Desafíos contemporáneos de protección de la persona en el derecho privado y del proceso: Derechos humanos, mercado y tecnología». Especial agradecimiento a los pares evaluadores de este trabajo, cuyos comentarios enriquecieron el contenido y las reflexiones aquí desarrolladas.

Sobre el autor

JENNER TOBAR TORRES es docente de la Universidad Libre de Colombia. Doctor en Derecho Civil de la Universidad de Buenos Aires. Su correo electrónico es jenner.tobar@unilibre.edu.co.  <https://orcid.org/0000-0003-1527-0807>.

REVISTA CHILENA DE DERECHO Y TECNOLOGÍA

La *Revista de Chilena de Derecho y Tecnología* es una publicación académica semestral del Centro de Estudios en Derecho, Tecnología y Sociedad de la Facultad de Derecho de la Universidad de Chile, que tiene por objeto difundir en la comunidad jurídica los elementos necesarios para analizar y comprender los alcances y efectos que el desarrollo tecnológico y cultural han producido en la sociedad, especialmente su impacto en la ciencia jurídica.

DIRECTOR

Daniel Álvarez Valenzuela
(dalvarez@derecho.uchile.cl)

SITIO WEB

rchdt.uchile.cl

CORREO ELECTRÓNICO

rchdt@derecho.uchile.cl

LICENCIA DE ESTE ARTÍCULO

Creative Commons Atribución Compartir Igual 4.0 Internacional



La edición de textos, el diseño editorial
y la conversión a formatos electrónicos de este artículo
estuvieron a cargo de Tipografía
(www.tipografica.io).