



LOS RETOS TRANSFRONTERIZOS EN LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR DIGITAL

CROSS-BORDER CHALLENGES IN DIGITAL CONSUMER PROTECTION

JAIME E. MORALES FAKIH*

JACOBO ROJAS ROMERO**

TOMÁS GÁLVEZ LLANES***

Fecha de recepción: 12 de diciembre de 2025

Fecha de aceptación: 27 de abril de 2026

Disponible en línea: 30 de junio de 2026

RESUMEN

El objetivo de este artículo de investigación es presentar una visión crítica sobre la desprotección que enfrenta el consumidor colombiano respecto en transacciones digitales transfronterizas. La metodología utilizada es la dogmática jurídica, enfocándose en el análisis detallado de la jurisprudencia colombiana, el derecho comparado y doctrina sobre comercio electrónico. El análisis permite concluir que la insuficiencia legislativa del marco colombiano en esta materia se atribuye principalmente al principio de territorialidad, lo cual impide una efectiva aplicación de las normas vigentes. Consecuentemente, se expone al consumidor colombiano a la

* Estudiante de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Cursa actualmente octavo semestre. Practicante en La Procuraduría General de la Nación en la delegación de secretaría general. Contacto: moralesja@javeriana.edu.co

** Estudiante de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Cursa actualmente octavo semestre. Practicante en Sanclemente Fernández Abogados S.A Contacto: jacob-rojas@javeriana.edu.co

*** Estudiante de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Cursa actualmente octavo semestre. Contacto: tomas.galvez@javeriana.edu.co

asimetría informativa y a la imposición de cláusulas abusivas sin recurso judicial efectivo en el país.

Palabras Clave: Consumidor internacional, estatuto del Consumidor, derecho comercial, comercio electrónico, territorialidad, protección al consumidor.

ABSTRACT

The objective of this research article is to present a critical perspective on the lack of protection afforded to Colombian consumers under Law 1480 of 2011 (Consumer Protection Statute) in cross-border digital transactions. The methodology employed is legal doctrine, focusing on a detailed analysis of Colombian jurisprudence, comparative law, and legal scholarship on e-commerce. The analysis concludes that the legislative inadequacy of the Colombian framework in this area is primarily due to the principle of territoriality, which hinders the effective application of existing regulations. Consequently, Colombian consumers are exposed to information asymmetry and the imposition of abusive clauses without effective judicial recourse within the country.

Keywords: International consumer, consumer statute, commercial law, electronic commerce, territoriality, consumer protection.

1. INTRODUCCIÓN

La globalización durante los últimos años ha servido como el motor de las transformaciones sociales y jurídicas que reflejan cómo se ha ido redefiniendo el derecho comercial. El resultado más notable de este es la participación de nuevos actores, como el *consumidor internacional*, cuya relevancia no para de crecer. Sin embargo, la rápida integración de esta figura en el ámbito del derecho comercial presenta un gran desafío para la capacidad regulatoria de los Estados.

Esta falta de protección al *consumidor internacional* aterriza en el derecho comercial colombiano. La Ley 1480 de 2011, conocida como el Estatuto del Consumidor, no logra proteger al consumidor colombiano de forma efectiva cuando este lleva a cabo actividades comerciales digitales que cruzan las fronteras del país. Dicha ley se enfoca en las relaciones comerciales y la protección de los consumidores a nivel nacional, a pesar de que este sí toma en cuenta el comercio electrónico. Aunque el Estatuto del Consumidor prevé el comercio

electrónico y la noción de consumidor, su regulación en materia internacional termina siendo insuficiente para el contexto global que estamos viviendo en el siglo XXI. La regulación de la Ley 1480 de 2011 frente al comercio electrónico y los derechos del consumidor se enfocan principalmente en las relaciones comerciales nacionales. De esta forma, se omiten elementos esenciales de las relaciones comerciales internacionales y además no asegura una tutela de los derechos del *consumidor internacional*.

El objetivo de este artículo es hacer una visión crítica de la desprotección que enfrenta el consumidor colombiano en el comercio digital internacional frente a la Ley 1480 de 2011. Para ello, se proponen como hipótesis de respuesta el uso de plataformas virtuales de quejas y arbitraje electrónico, cooperación regional y acuerdos internacionales para la vigilancia y control.

2. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este artículo de investigación, se aplicó el método dogmático jurídico, el cual consiste en el análisis sistemático y crítico de las normas, la jurisprudencia y la doctrina para determinar el alcance de una institución jurídica. Este método se seleccionó para evaluar la eficacia de la Ley 1480 de 2011 frente a la realidad del comercio transfronterizo.

2.1. Fuentes y criterios de búsqueda

Se realizó una revisión de fuentes primarias, incluyendo el bloque de constitucionalidad (Art. 78 CP) y el Estatuto del Consumidor. La búsqueda jurisprudencial se centró en la Corte Constitucional, seleccionando fallos hito sobre asimetría de información (Sentencia C-1141/00) y soberanía normativa (Sentencia T-1157/00). Como fuentes secundarias, se consultó doctrina especializada y reportes de organismos internacionales como la UNCTAD e ICPEN.

2.2. Delimitación temporal y buscadores

La consulta de fuentes se realizó a través de bases de datos académicas como *vLex*, *Google Scholar* y el repositorio de la Pontificia Universidad Javeriana. El periodo temporal de la jurisprudencia y doctrina analizada abarca desde el año 2000 hasta publicaciones recientes de 2025.

2.3. Derecho comparado y jurisdicciones seleccionadas

Se llevó a cabo una revisión comparada con dos jurisdicciones estratégicas.

1. Unión Europea: Es el referente global más avanzado en armonización normativa (Directiva 93/13/CEE) y cooperación entre autoridades nacionales para proteger al consumidor digital.
2. Estados Unidos: Abarca el modelo operativo de la Federal Trade Commission (FTC) y su liderazgo en plataformas de quejas transfronterizas como econsumer.gov, de la cual Colombia es parte.

3. PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO

Para tener claridad en la presentación de los resultados del trabajo, se tratan los siguientes tópicos en el orden enunciado a continuación: 3.1. Concepto de consumidor internacional; 3.2. Concepto de comercio electrónico; 3.3. Derechos del consumidor en Colombia; 3.4. Asimetría de Información 3.5. Cláusulas abusivas; 3.6. Derecho comparado; para luego terminar con el acápite de conclusiones.

3.1. Consumidor Internacional

El concepto de *consumidor internacional* no se ciñe a una definición taxativa en la ley. Esta se ha formado a través de la misma práctica del consumo internacional que este actor ha desarrollado de forma transfronteriza. Según Aristizabal (2014), “El consumidor internacional, si bien tiene las mismas características que el consumidor nacional, se domicilia en un Estado diferente al del comerciante del cual adquiere el bien”(p. 2).

En otras palabras, según Delaloye (2007):

Hechas estas aclaraciones, y constatado que las características de los consumidores que serían aceptables por un mayor número de países se refieren a su no profesionalidad y a la persona física, podríamos decir que el consumidor internacional es aquel sujeto cuya relación de consumo sin fines profesionales y frente a un profesional se encuentra vinculada con más de un ordenamiento jurídico. (p. 1)

Un problema que surge con este actor, es que en Colombia, el legislador lo deja desprotegido en el Estatuto del Consumidor. Esto porque la Ley 1480 de 2011, no consagra una definición taxativa de consumidor internacional. Esto se relaciona con que en muchos casos se suele confundir la noción de comercio electrónico con la del consumo internacional, cuando esta noción del Estatuto del Consumidor no permite recoger al consumidor internacional.

3.2. Comercio electrónico

Es la aplicación de dichas herramientas para llevar a cabo actividades comerciales mediante el internet. Pérez (2003) señala que el Comercio Electrónico se conoce “como la compra de productos o servicios por Internet; el intercambio de activos o cantidades entre entidades financieras, consulta de información con fines comerciales, en fin, una serie de actividades comerciales realizadas por medios electrónicos” (p. 151).

Si bien queda definido el comercio electrónico en el artículo 49 de la Ley 1480, 2011, esta es una figura que no comparte la misma identidad que aquella del consumo internacional. Pues el comercio electrónico puede ser llevado entre comerciante-comerciante y no consumidores, estas transacciones también pueden ser solo a nivel nacional y el consumidor internacional puede que no siempre lleve a cabo actividades comerciales mediante el comercio electrónico. Esto permite indicar que la definición de comercio electrónico no puede ser la solución que posibilite encajar al consumidor internacional dentro del estatuto del consumidor, pues terminan siendo completamente distintos. Esto demuestra que el legislador no abarcó en la Ley 1480 de 2011 la definición concreta del consumidor internacional y que no es posible que se confunda la noción de comercio electrónico con la de consumo internacional, ya que no son necesariamente lo mismo. Demostrando así, la desprotección del consumidor internacional.

3.3. Derechos del consumidor en Colombia

El artículo 3 de la Ley 1480 de 2011 establece los derechos y deberes de los consumidores y usuarios. Esta tiene como derechos: “Derecho a la seguridad e indemnidad, derecho a recibir información, derecho a recibir protección contra publicidad engañosa, derecho a la reclamación, protección contractual, derecho a la igualdad, derecho a la educación, entre otros.” Siendo estos aspectos parte del objeto de la ley que busca proteger al consumidor, se demuestra nuevamente cómo esta ley no protege ni garantiza completamente los derechos del consumidor colombiano que haga compras digitales internacionales.

Desde 2016, en Colombia se certificó que los sitios web hacen parte del establecimiento de comercio (Cristancho, 2021). Por ende, si el consumidor en una relación comercial nacional llega a tener problemas, puede acudir ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) e interponer una queja ante el representante legal de la empresa, pues se extiende la responsabilidad de dicho sitio al empresario que tiene ese establecimiento. Como establece el Código de Comercio en su artículo 26, los establecimientos de comercio se matriculan

en el registro mercantil. Permitiendo que se produzca la publicidad de dicho registro, lo que facilita el acceso del consumidor a interponer quejas. A pesar de que en el artículo 13 párrafo 2° se toca el tema de garantías globales en Colombia, estas solo son válidas si existe un representante de marca en el país. Por ende, surge un problema ante las compras digitales internacionales, y es que no siempre se tiene un representante legal en Colombia del sitio o marca donde se realiza la compra. Esto genera una desprotección en las garantías que el estatuto del consumidor debería otorgarle al consumidor colombiano que haga estas compras. Al no haber en muchos casos un representante legal, no hay forma de que el consumidor pueda comparecer ante la SIC para interponer una queja que pueda proteger los derechos que este tutela, en sí afectando su derecho a la reclamación.

Esto va de la mano con la colisión normativa de la aplicación de la Ley 1480 de 2011 con el principio de territorialidad al no tener permitido el Estado colombiano legislar fuera de sus fronteras. La Sentencia T-1157/2000 identifica que “El principio de la territorialidad de la ley es consustancial con la soberanía que ejercen los Estados dentro de su territorio; de este modo cada Estado puede expedir normas y hacerlas aplicar dentro de los confines de su territorio” (p. 5). Esto implica que los proveedores, productores o expendedores que no se encuentren en territorio colombiano no están obligados a cumplir con lo dispuesto en la Ley 1480 de 2011 en cuanto a la protección del consumidor.

Este tipo de barreras que tiene nuestro ordenamiento no pueden lidiar con el avance del mundo globalizado. Cada vez hay un avance más fuerte frente al surgimiento de mayores relaciones comerciales transnacionales. Como solución no podríamos sugerir que cada marca o comercio digital cuente con un representante legal o presencia en Colombia, ya que resultaría imposible; sin embargo, sí existen alternativas por las que optamos.

Una solución sería una plataforma virtual de quejas en la que directamente se pueda realizar un tipo de arbitraje electrónico entre el comerciante y el consumidor, claramente garantizando y cumpliendo con requisitos de idoneidad, seguridad y calidad del producto, en la que se pueda llevar a cabo un procedimiento similar a los que se llevan de por sí en Colombia ante la SIC. (Lozada-Pimiento & Becerra-Hernández, 2018) Este mecanismo permite que las disputas sean resueltas en línea mediante plataformas especializadas, reduciendo costos y tiempos procesales. Modelos como el implementado por eBay, que resuelve millones de disputas al año a través de un sistema automatizado, han servido como referencia para la implementación de estos mecanismos en Colombia; sin embargo, los consumidores continúan enfrentando problemas al interponer reclamos, lo cual evidencia la necesidad de mecanismos más ágiles

y efectivos de resolución de conflictos. En este artículo presentamos que a pesar de que esta sea una alternativa que descongestione los tribunales y los medios de resolución de conflictos en la SIC, esta solución tiene un problema, el cual es la inclusión de la cláusula compromisoria en los contratos, pues la decisión de inclusión de esta termina siendo completamente facultativa para el comerciante, pues generalmente estos contratos terminan siendo de contratos de adhesión, hecho que genera preocupación cuando se entiende que se ha venido dando una desincorporación de estas cláusulas en el comercio electrónico en los últimos años, como por ejemplo, en 2021, cuando Amazon eliminó las cláusulas de arbitraje obligatorio en sus términos de uso (Cunningham Swaim, 2021).

Otra alternativa que consideramos posible es adoptar lo que se ha acatado en materia internacional. Compartimos lo que ha dicho Pinheiro (2012) de que la identificación del régimen jurídico aplicable a un contrato internacional requiere, la elección de un ordenamiento jurídico estatal o en su defecto varios ordenamientos jurídicos estatales aplicables a diferentes aspectos del contrato, no obstante esta elección debe realizarse de conformidad con lo dispuesto por las normas de conflicto del Derecho Internacional Privado. Consideramos que así como en la Unión Europea, donde se ha llevado a cabo una normativa aplicable a todo el territorio de la UE en la que todos los Estados miembros le permiten a los consumidores interponer quejas contra las corporaciones con respecto a las relaciones que generen las disputas ocurridas dentro del territorio de la unión a través de una página web. Se podría llevar a cabo una herramienta similar dentro de la Comunidad Andina de Naciones, donde se permita presentar quejas por parte del consumidor a empresas que tengan representación legal en los Estados integrantes de la CAN, de manera que se garanticen los derechos de los consumidores a pesar de que la empresa con la que nació la controversia no tenga un representante legal dentro del territorio nacional en el que hayan ocurrido los hechos.

Con respecto a lo anterior, es necesario mencionar que esta solución también tiene sus dificultades, como “las barreras lingüísticas, la falta de confianza en marcas desconocidas, costos ocultos como derechos de aduana y la incertidumbre sobre los mecanismos de protección legal disponibles en la jurisdicción del vendedor” (Mejía, 2025, p. 22). A pesar de lo anterior consideramos que es una solución efectiva, de manera que acompañamos la recomendación de la UNCTAD “se recomienda establecer mecanismos justos, efectivos, transparentes e imparciales para atender las reclamaciones de los consumidores” (UNCTAD, 2017, p. 11). Como ha dicho Monroy Cabra, M. G. (2016) se hace necesario identificar el derecho aplicable a los contratos electrónicos que involucran consumidores desde las reglas jurídicas privadas internacionales, como las normas de conflicto de leyes que se basan en factores de conexión, como la nacionalidad,

el domicilio, la residencia, el lugar donde se encuentra el bien, el lugar donde se realiza el acto jurídico, las obligaciones o la elección hecha por las partes.

3.4. Asimetría de Información

Según la Corte Constitucional en Sentencia C-1141 de 2000:

La Constitución ordena la existencia de un campo de protección en favor del consumidor, inspirado en el propósito de restablecer su igualdad frente a los productores y distribuidores, dada la asimetría real en que se desenvuelve la persona que acude al mercado en pos de la satisfacción de sus necesidades humanas. Sin embargo, la Constitución no entra a determinar los supuestos específicos de protección, tema este que se desarrolla a través del ordenamiento jurídico. El programa de protección, principalmente, se determina a partir de la ley, los reglamentos y el contrato. Es claro que la fuente contractual debe interpretarse de conformidad con los principios tuitivos del consumidor plasmados en la Constitución. Con el derecho del consumidor se presenta algo similar de lo que se observa con otros derechos constitucionales. La Constitución delimita un campo de protección, pero el contenido preciso del programa de defensa del interés tutelado, es el que se desarrolla y adiciona por la ley y por otras normas y fuentes de reglas jurídicamente válidas. En particular, trazado el marco constitucional, a la ley se confía el cometido dinámico de precisar el contenido específico del respectivo derecho, concretando en el tiempo histórico y en las circunstancias reales el nivel de su protección constitucional.

La Ley 1480 de 2011 armoniza la legislación del consumidor con el artículo 78 de la Constitución Política. El Estatuto del Consumidor es consciente de la asimetría de la información entre productores y consumidores, principalmente en su artículo 1º, en el que consagra una serie de herramientas que buscan manejar esa desigualdad que se presenta en las relaciones contractuales. La información es un deber para todas las partes en el comercio. Para los productores y expendedores, para los empresarios que deben suministrar una información adecuada y suficiente, y para los consumidores con la carga de informarse sobre aquellos productos que adquieren y los servicios a los que acceden.

En las relaciones comerciales nacionales de por sí ya surge un problema frente a la asimetría de la información, y es el tema de las consecuencias jurídicas para los contratos en concreto. Como lo dice Rodríguez (2013, p. 170):

Sin embargo [...] en la mayoría de casos no están previstas las consecuencias jurídicas que el incumplimiento de los deberes de información tiene para el contrato concreto [...] en el título dedicado a la información

se prevé que los proveedores y productores “serán responsables de todo daño que sea consecuencia de la inadecuada o insuficiente información” (art. 23), pero no se indica si, adicionalmente, la parte afectada con el incumplimiento del deber de información podría, por ejemplo, exigir el cumplimiento del contrato en los términos que una persona razonable habría podido entender al no haberse suministrado la información exigida por la ley o, eventualmente, resolver el contrato. [...] En todos estos casos será la autoridad correspondiente quien, en el caso concreto, tendrá que entrar a determinar si, además de los eventuales daños in contrahendo que se pudieron haber causado, el consumidor puede ejercer algún tipo de acción (cumplimiento, nulidad, resolución).

Si en Colombia este tipo de problemas de asimetría de la información dependen de la decisión de un juez o un funcionario con funciones judiciales, en materia internacional el consumidor carece de mecanismos coercitivos para la resolución de conflictos. La Ley 1480 de 2011, como dijimos anteriormente, se ve limitada por el principio de territorialidad. Si bien el Estatuto del Consumidor intenta proteger al consumidor frente a los deberes de información en Colombia, cuando este enfrenta problemas en una actividad comercial internacional, el Estatuto del Consumidor resulta ineficiente e inútil para poder dirimir cualquier tipo de problema. En este tipo de situaciones no hay un juez o tribunal internacional que pueda resolver este tipo de problemas para los consumidores. Según Varón-Bravo (2021), la ausencia de acuerdos internacionales efectivos impide que los consumidores colombianos puedan hacer valer sus derechos frente a proveedores que operan fuera del país. En nuestra opinión deben redactarse acuerdos internacionales que permitan una cooperación con otras autoridades de protección al consumidor que favorezca la interacción transfronteriza (propuesta inspirada en *La Protección al consumidor en línea en los Países Miembros de la ALADI*). Que ante estos problemas de información los consumidores puedan acudir a estas autoridades para resolver los conflictos que se presenten o evitar que se originen. Autoridades con capacidades de vigilancia y control. Sabemos que su implementación práctica está llena de problemas y dificultades que puedan afectar su integración; sin embargo, consideramos que a primera vista y con un mayor desarrollo y cooperación de los países, se podría crear una solución efectiva a este tipo de problemas que nuestro Estatuto del Consumidor no logra garantizar.

3.5. Cláusulas abusivas

El Estatuto del Consumidor en su artículo 42 define las cláusulas abusivas como aquellas “que producen un desequilibrio injustificado en perjuicio del consumidor

y las que, en las mismas condiciones, afecten tiempo, modo o lugar en las que el consumidor puede ejercer sus derechos”. En Colombia estas cláusulas, al ser incluidas en los contratos, se toman como ineficaces de pleno derecho, tal como lo establece el artículo 42 de la Ley 1480 de 2011 y la ley siempre intentará interpretar los contratos a favor del consumidor para evitar cualquier tipo de abusos. El problema que encontramos es que los contratos electrónicos, por regla general, suelen ser contratos de adhesión. El consumidor que celebre estos contratos electrónicos queda un poco desprotegido. Pues, esto implica el riesgo de celebrar contratos en los que exista un desequilibrio contractual entre las partes sin forma de poder reclamar dicho abuso.

La relación entre las cláusulas abusivas y la asimetría de información es que por lo general los consumidores no tienen conocimiento de sus derechos, de manera que al momento de intentar reclamar posibles irregularidades causadas en la relación de consumo se topan con cláusulas abusivas en el contrato que abusivamente prohíben la reclamación ante cualquier autoridad, por lo tanto al no tener conocimiento de la validez de estas, los consumidores se terminan cohibiendo de llevar a cabo alguna reclamación, como lo explica el Dr. Shina

La mayoría de las personas no se quejan porque ignoran que tienen derecho a hacerlo. Casi todos los contratos que deben firmar contienen cláusulas que limitan, o directamente prohíben, su derecho a reclamar. No sabe el consumidor, y no tiene por qué saberlo, que esas estipulaciones son cláusulas abusivas. (Shina, 2017, p. 31).

La mayoría de las legislaciones han resuelto el problema de las cláusulas abusivas, entre ellas la colombiana y las directrices de la UE, a través de dos disposiciones legales diferentes. La ineficacia de pleno derecho de las cláusulas abusivas y la creación de una lista no taxativa de cláusulas que se consideran abusivas, ambas disposiciones legales en el Estatuto del Consumidor en el artículo 42. Esta establece que “Los productores y proveedores no podrán incluir cláusulas abusivas en los contratos celebrados con los consumidores, en caso de ser incluidas serán ineficaces de pleno derecho.” y el artículo 43

1. Limiten la responsabilidad del productor o proveedor de las obligaciones que por ley les corresponden;
2. Impliquen renuncia de los derechos del consumidor que por ley les corresponden;
3. Inviertan la carga de la prueba en perjuicio del consumidor;

A pesar de esta protección en el ámbito nacional, el principio de territorialidad de la ley le vuelve a poner límites. Esta no puede proteger a los consumidores de comercio internacional, razón por la cual consideramos que la solución para la protección de los derechos del consumidor internacional debe protegerse a través de la cooperación internacional para la creación de un mecanismo transfronterizo, en donde el consumidor pueda presentar quejas contra corporaciones internacionales que tengan personería jurídica en un Estado diferentes al del consumidor, de manera que se puedan proteger los derechos que se han visto ultrajados por la utilización de cláusulas abusivas en contratos de adhesión. De la misma manera, es necesario que haya mayores esfuerzos para una educación del consumidor con respecto a sus derechos y la forma de protegerlos.

3.6. Derecho Comparado

En Colombia, como lo planteamos anteriormente, el consumidor *internacional* se encuentra en un Estado vulnerable debido a la complejidad contractual. En primer lugar, los consumidores digitales se enfrentan a una asimetría de información respecto a las plataformas digitales. Esta asimetría se ve manifestada mediante la gran falta de transparencia que tendría que verse en los términos y condiciones de las plataformas y la presencia de cláusulas abusivas en los contratos electrónicos, siendo mayoría contratos de adhesión, limitando su capacidad de ejercer los derechos de manera efectiva. Frente a esto, ordenamientos como la Unión Europea han establecido normas mucho más estrictas para sus consumidores en el comercio digital. Frente al problema de las cláusulas abusivas, la UE ha tenido un desarrollo significativo, adoptando la Directiva 93/13/CEE “sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores”. Lo que contiene esta directiva es un listado de cláusulas que podrían tener por objeto la producción de un desequilibrio, lo que conlleva a que sea considerada como abusiva. Adicionalmente, la Unión Europea creó el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y la Directiva de Derechos del Consumidor, que podría considerarse como la norma análoga al Estatuto del Consumidor, sin embargo, en este se le permite a las autoridades nacionales coordinarse para hacer efectivo el cumplimiento de las normas en las transacciones digitales internacionales.

De la misma manera se han establecido diferentes mecanismos de resolución de conflictos que son mucho más efectivos y económicos en comparación con los que se llevan ante los Tribunales. Por ejemplo, para las demandas de una cuantía inferior a los cinco mil euros, no se hace necesaria la intervención de un abogado. Para garantizar la efectividad de estas medidas, las decisiones son ejecutables en cualquier país que sea miembro de la UE, y estos procesos procurarán no durar más de sesenta días. Por último, la implementación de una solución de disputas en línea ha sido una alternativa de gran beneficio para el

consumidor internacional. A pesar de que la Unión Europea tenga su propia plataforma, existen diversas organizaciones privadas que buscan facilitar la mediación y los problemas que se pueden presentar en las compras internacionales, con el fin de reducir los costos de acudir a instancias judiciales en otras jurisdicciones.

En comparación con los mecanismos de protección de otras jurisdicciones, nos podemos enfocar en los Estados Unidos. En esta, la entidad que supervisa la protección del consumidor en línea y aplica regulaciones muy determinadas para las transacciones en los comercios digitales y la publicidad que se hace para estos es la Comisión Federal del Comercio (FTC). Lo que busca esta entidad es garantizar que el mercado esté regulado con eficiencia, se prevengan las prácticas engañosas y velar por el cumplimiento efectivo de las leyes federales de protección al consumidor. Al igual que en la UE, los Estados Unidos también tienen diferentes mecanismos de resolución de disputas online, utilizando el arbitraje online para una resolución eficaz entre las plataformas y los consumidores. Estados Unidos ha implementado una plataforma, llamada “econsumer” (www.econsumer.gov), donde los consumidores de diferentes países pueden formular sus quejas sobre el comercio electrónico internacional. Es importante resaltar que Colombia forma parte de esta iniciativa, por medio de la Red Internacional de Aplicación de la Ley de Protección al Consumidor (ICPEN, s.f.).

A partir de los puntos expuestos, podemos concluir que otras jurisdicciones, como la UE y EE.UU., han adoptado las medidas necesarias y marcos normativos que son flexibles para poder solucionar los retos que presenta el comercio transfronterizo. En comparación, la legislación colombiana tiene el gran desafío de su limitada aplicación extraterritorial, demostrando lo indispensable que Colombia explore la adopción de mecanismos internacionales de cooperación y fortalezca sus políticas externas.

4. CONCLUSIONES

En este artículo presentamos un análisis crítico en el que intentamos demostrar la insuficiencia de la Ley 1480 de 2011 que tiene Colombia frente a la protección del consumidor colombiano en el comercio digital internacional. La desprotección hacia esta figura se puede fundamentar principalmente en un problema estructural, la legislación colombiana se encuentra limitada por la territorialidad de sus propias leyes, implicando que los actores en estos ámbitos internacionales no están supeditados a cumplir con las disposiciones de protección al consumidor establecidas en la Ley 1480 de 2011. A causa de esta restricción legal, termina exponiendo al consumidor colombiano a una asimetría de información y a una

prevalencia de cláusulas abusivas en contratos transfronterizos, sin posibilidad de acudir a un mecanismo judicial efectivo en Colombia.

De la misma manera, la territorialidad del Estatuto del Consumidor no termina permitiendo que el *consumidor internacional* pueda acudir a las respectivas autoridades, como la SIC, para poder presentar quejas contra plataformas internacionales que no tengan representación legal en el país, de modo que estarían afectando su derecho a una garantía y reclamación efectiva. Como punto de comparación, demostramos jurisdicciones como la Unión Europea y los Estados Unidos, que han adoptado marcos normativos flexibles y armonizados además de las medidas necesarias para solucionar los conflictos que enfrenta el *consumidor internacional*. Frente a esto podemos ver cómo la legislación colombiana tiene el gran desafío de su limitada aplicación de la norma frente a los retos de comercio transfronterizo, dejando así al *consumidor internacional* en una situación de gran inseguridad jurídica. Por ende, es indispensable que Colombia reconozca la figura del *consumidor internacional* dentro de su ordenamiento, explore la adopción de mecanismos internacionales de cooperación que fortalezcan sus políticas externas e implementen modelos flexibles de resolución de disputas para garantizar al *consumidor internacional* una tutela efectiva de sus derechos.

REFERENCIAS

- Aristizabal Johnson, M. (2014). *Falta de protección del consumidor internacional como situación que desfavorece el desarrollo económico global*.
- Avila Cristancho, J. (2021). *Transformaciones del derecho comercial*.
- Castro-Galán, R., & Plata Sarmiento, J. (2014). *Los derechos del consumidor frente al comercio electrónico: un tema sin fronteras, análisis desde el derecho colombiano*.
- Consejo de la Unión Europea. (1993, 5 de abril). Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores. *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, L 95, 29-34. Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A31993L0013>
- Corte Constitucional de Colombia. (2000). *Sentencia C-1141 de 2000*.
- Corte Constitucional de Colombia. (2000). *Sentencia T-1157 de 2000*.
- Cunningham Swaim, LLP. (2021). *Amazon moves away from arbitration in customer disputes*.
- Delaloya, M. (2007, 1 de junio). *La protección del consumidor internacional en América: rumbo a la CIDIP VII*. Ámbito Jurídico. <https://ambitojuridico.com.br/la-proteccion-del-consumidor-internacional-en-america-rumbo-a-la-cidip-vii/>
- ICPEN (Red Internacional de Aplicación de la Ley de Protección al Consumidor). (s. f.). *econsumer.gov*. <https://www.econsumer.gov/>

- Jiménez Pulido, D. (2019). *Desarrollo y retos del derecho del consumidor en Colombia: una mirada a la ley 1480 y el desarrollo internacional del derecho de consumo*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Ley 1480 de 2011. *Estatuto del Consumidor*. Congreso de la República de Colombia.
- Lozada-Pimiento, N. y Becerra-Sánchez, J. (2018). *De 20 años a 2 meses: Arbitraje Online en Colombia*. Universidad Externado de Colombia.
- Mejía Quintero, L. (2025). *¿Protección sin fronteras? Retos del Estatuto del Consumidor frente al comercio electrónico en Colombia*.
- Monroy Cabra, M. (2016). *Tratado de derecho internacional privado*. Bogotá: Temis.
- Pérez, R. (2003). *El contrato por medios electrónicos*. Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Pinheiro, L. D. L. (2012). Derecho aplicable a los contratos celebrados a través de Internet. *Estudios de Deusto*, 54(2), 151.
- Rodríguez, J. (2013). La interpretación de los contratos con el consumidor: elementos para la contextualización de la problemática (primera parte). *Revista de Derecho Privado de la Universidad Externado de Colombia*, (24), 151-188.
- Shina, F. E. (2017). *Estatuto del Consumidor, Comentarios a la Ley 1480*. Buenos Aires, Bogotá, Porto Alegre: Ed. Universidad del Rosario.
- Varón-Bravo, L. A. (2021). *Protección al consumidor colombiano en el marco del comercio electrónico transfronterizo*. [Trabajo de grado de maestría, Universidad Externado de Colombia]. Repositorio institucional. <https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstreams/401ae426-c06145da-8c1b551980c76759/download>