

Derecho de los consumidores en el comercio electrónico: análisis normativo del derecho a la información previa en el ordenamiento jurídico español y colombiano

Valeria Pinto Parra

Trabajo de grado para optar por el título de Abogado

Director

Juan Pablo Moncada Flórez

Doctorado en Derecho y Nuevas Tecnologías

Universidad Santo Tomás de Bucaramanga

División de Ciencias Jurídicas y Políticas

Facultad de Derecho

2024

Contenido

Introducción	8
1. Derecho de los consumidores en el comercio electrónico: análisis normativo del derecho a la información previa en el ordenamiento jurídico español y colombiano	10
1.1 Descripción del problema.....	10
1.2 Formulación de pregunta de investigación.....	11
1.3 Objetivos	11
1.3.1 Objetivo general	11
1.3.2 Objetivos específicos.....	11
2. Marco referencial	12
2.1 Antecedentes	12
2.2 Marco teórico	15
2.2.1 Comercio electrónico.....	16
2.2.2 Tipos de transacciones dentro del comercio electrónico	17
2.2.3 Clasificación del comercio electrónico según el modelo de negocio	18
2.3 Marco conceptual	19
2.3.1 Consumidor o usuario.....	19
2.3.2 Comerciante.....	19
2.3.3 Contrato a distancia	20
2.3.4 Contrato celebrado fuera del establecimiento	20
2.3.5 Tecnologías de la información y las comunicaciones	21
2.3.6 Ventas con utilización de métodos no tradicionales.....	21
2.3.7 Información	21

2.3.8 Producto.....	22
2.3.9 Relación de consumo.....	22
2.3.10 Proveedor o expendedor	23
2.3.11 Transacción electrónica	23
2.4 Marco legal.....	24
3. Método	27
3.1 Enfoque	27
3.2 Fuentes y técnicas de recolección de datos	27
3.2.1 Fuentes primarias.....	28
3.2.2 Fuentes secundarias	29
4. Justificación	29
5. Desarrollo normativo del derecho a la información previa en el comercio electrónico en España	30
5.1 Derecho comunitario de la Unión Europea en materia de comercio electrónico.....	30
5.2 Preceptos legales encargados de regular el derecho a la información previa a la formalización del contrato dentro del comercio electrónico en España.....	34
6. Desarrollo normativo del derecho a la información previa a la formalización del contrato en el comercio electrónico en Colombia	37
6.1 Regulación internacional suscrita por Colombia en materia de comercio electrónico	37
6.2 Preceptos legales encargados de regular el derecho a la información previa a la formalización del contrato dentro del comercio electrónico en Colombia	40
7. Comparación entre el ordenamiento jurídico español y colombiano en materia de derecho de los consumidores en el comercio online, el derecho a la información previa	45

7.1 Convergencias y divergencias existentes entre el ordenamiento jurídico colombiano y español en lo referente al derecho a la información previa a la formalización del contrato en el comercio electrónico	45
8. Conclusiones	50
Referencias	53

Lista de figuras

Figura 1. <i>Requisito de información previa fundamental</i>	49
---	----

Resumen

La presente investigación tiene como objeto realizar un análisis normativo sobre los derechos de los consumidores en el comercio electrónico, específicamente el derecho a la información previa a la formalización del contrato en el ordenamiento jurídico español y colombiano. Se planea realizar una comparativa de los sistemas normativos de ambos países en cuanto a este derecho principal de los consumidores en el comercio electrónico; por ello, se toma como referencia el derecho comunitario de la Unión Europea donde España es un país miembro, ya que es el espacio económico y normativo de referencia en materia de protección de los consumidores del comercio Online para así determinar si se presentan vacíos normativos en el ordenamiento jurídico colombiano que no permitan el verdadero amparo de la parte débil de la relación comercial online: el consumidor.

Palabras clave: Comercio electrónico, Derecho de los consumidores, Derecho a la información previa

Abstract

The purpose of this research is to conduct a regulatory analysis -of consumers rights- in electronic commerce, specifically the right to information prior to the formalization of the contract in the Spanish and Colombian legal systems. A comparison of regulatory systems of both countries regarding this main right of consumers in e-commerce is planned. European Union law where Spain is a member country, is taken as a reference, since that it is the economic and regulatory area of reference in the field of consumer protection in online commerce to determine if there are regulatory gaps in the Colombian legal system that do not allow the truth protection of the weak part of online business relationship: the consumer.

Keywords: Electronic commerce, Consumer law, Right to prior information

Introducción

El comercio electrónico actualmente ha desarrollado una importancia significativa, esto debido al creciente interés de la economía y la sociedad hacia este tipo de comercio, gracias a su practicidad, comodidad y a las amplias opciones que ofrece la web. El estímulo que conlleva la utilización del comercio online es notable, ya que las empresas pueden impulsar su crecimiento económico al traspasar las fronteras geográficas que imponen los comercios físicos, permitiendo así alcanzar un mayor número de consumidores y con esto aumentar las ventas, así como también les permite a los usuarios en línea acceder a una mayor variedad de precios y productos que deseen adquirir. En general, el comercio electrónico ha revolucionado el tráfico comercial y la forma en que los comerciantes y consumidores realizan sus negociaciones al rededor del mundo.

No obstante, esta facilidad de acceder a una amplia gama de productos y servicios de diferentes marcas y proveedores a nivel global, lleva consigo unos riesgos y desafíos que afectan especialmente a los consumidores del comercio electrónico, lo anterior se debe a que el comercio online tiene la capacidad de trascender los límites nacionales, y por tanto se generan casos donde el ordenamiento jurídico de un país no se alinea armónicamente con las leyes y disposiciones sobre comercio electrónico del país alterno con el que el usuario entra en contacto, y por tanto puede haber distintos grados de protección al consumidor dependiendo de las normativas internas de cada Estado.

En razón a lo anterior es necesario que las normas internas de los países proporcionen un marco legal claro y predecible para el comercio electrónico, con el fin de que los consumidores en línea tengan seguridad y confianza a la hora de realizar transacciones en internet, tales normas deben tener la capacidad de adaptarse a los desafíos y oportunidades que se presenten en el

mercado online, y así garantizar un entorno en línea seguro, con igualdad de oportunidades y económicamente viable.

Sin embargo, en la actualidad, alcanzar tal fin presenta serias dificultades, sobre todo para los países en vías de desarrollo, los cuales cuentan con diferentes niveles de protección para los usuarios, muchos no cuentan con una legislación en derechos del consumidor del comercio electrónico, o, si cuentan con alguna norma reguladora, por más que ésta sea eficaz a la hora de solventar las problemáticas que se presenten dentro de su competencia territorial, resultan poco útiles al momento de entrar en contacto con diferentes ordenamientos jurídicos, debido a la falta de armonización o convenios internacionales en la materia.

Como punto de referencia, la presente investigación estudiará como el derecho colombiano y español maneja estos obstáculos, siendo España un país desarrollado y perteneciente a un colectivo tan significativo como lo es la Unión Europea, y por otro lado, siendo Colombia, un país en vía de desarrollo, que, aunque cuenta con un buen nivel de protección a los usuarios dentro de su territorio, no pertenece a ninguna asociación geopolítica comparable a la Unión Europea.

1. Derecho de los consumidores en el comercio electrónico: análisis normativo del derecho a la información previa en el ordenamiento jurídico español y colombiano

1.1 Descripción del problema

Con la evolución de las nuevas tecnologías y el acelerado desarrollo de la transformación digital, el comercio electrónico ha crecido en volumen y escala, ocasionando una transformación en las relaciones tradicionales de consumo. Cada vez son más los actores del comercio que realizan negocios mediante las nuevas modalidades suscitadas por el avance tecnológico, volviéndose imperioso o suficientemente sugerente, el participar en el comercio electrónico, no solo en el ámbito nacional, también en el internacional.

Las plataformas en línea ponen en contacto a compradores y vendedores de diferentes países, con el objeto de facilitar las transacciones por Internet, ofreciendo al usuario diferentes y amplias opciones de compra o modalidades de pago innovadoras. Sin embargo, la tecnología avanza más rápido que el derecho. El rápido modo en que ha evolucionado la transformación digital y el dinamismo de los mercados de comercio electrónico hace menester el análisis de los marcos normativos encargados de regular esta materia.

Es pertinente mencionar que, el foro de la residencia del comprador es el que corresponde aplicar al comercio electrónico. Si bien, el consumidor en Colombia cuenta con una base normativa en materia de comercio electrónico ya determinada; sin embargo, las leyes interregionales de América Latina no están armonizadas, generando unas disrupciones normativas, siendo resueltas en favor de los consumidores, en virtud del principio “pro consumatore”. Caso contrario sucede con el conjunto de leyes de España, ya que pertenece a la Unión Europea, y esta es reconocida

como el espacio económico y normativo de referencia en materia de protección al consumidor dentro del comercio electrónico.

En razón a lo anterior, el presente artículo se centrará en normativa comparada entre España y Colombia en lo referente a los Derechos de los consumidores en el comercio electrónico, concretamente en el Derecho a la información previa a la formalización del contrato.

1.2 Formulación de pregunta de investigación

¿Cómo se desarrolla la normativa del derecho de los consumidores en el comercio electrónico colombiano, en comparativa con el ordenamiento jurídico español?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar el derecho a la información previa a la formalización del contrato en la normatividad de comercio electrónico español y colombiano.

1.3.2 Objetivos específicos

Revisar el desarrollo normativo del derecho a la información precontractual en el ordenamiento jurídico español.

Examinar el desarrollo normativo del derecho a la información precontractual en el ordenamiento jurídico colombiano.

Comparar el ordenamiento jurídico español y colombiano en materia de derecho de los consumidores en el comercio online: derecho a la información previa a la formalización del contrato.

2. Marco referencial

2.1 Antecedentes

En su trabajo, Herrero (2016), trata sobre la trascendencia del comercio electrónico dentro de la economía actual, resaltando su importancia para el crecimiento de las diferentes economías no solo en España sino en todo el mundo. Sin embargo, a pesar de estas evidentes oportunidades, también se derivan una serie de conflictos que atañen específicamente a los derechos del consumidor, destacando su notable participación en las diferentes transacciones que se realizan. Es por eso esencial analizar el desarrollo de las nuevas normativas sobre la protección del derecho a los consumidores para conocer su eficiencia frente a los diversos retos que presentan los mercados actuales, así como las numerosas doctrinas científicas que existe sobre esta materia. En este marco contextual el autor pretende hacer una aproximación crítica al marco legislativo que regula la protección del consumidor transfronterizo en el comercio electrónico, y cómo responden los nuevos procedimientos y los problemas reales de estos específicos consumidores (Herrero Jiménez, 2016).

Otro autor, Cárdenas (2015), analiza la importancia de la revolución tecnológica y su inevitable participación dentro de los mercados y la economía mundial. De ahí que los diferentes ordenamientos jurídicos hayan tenido que realizar adaptaciones legales, para dar una respuesta eficaz a los problemas que ha generado esta nueva forma de hacer negocios (Cárdenas, 2015). En

efecto, es en el ámbito del comercio electrónico donde se ha producido una mayor interacción entre los empresarios y los consumidores. Es por esto que la autora propone un análisis de la evolución de algunas normas para conocer su impacto frente a los retos que presenta actualmente este tipo de comercio.

Un trabajo presentado por Castro (2022), presenta en su trabajo de grado un análisis de las normas relacionadas con el comercio electrónico y la protección al consumidor en Colombia. Lo anterior a partir de un análisis exhaustivo de la normatividad vigente que regula esta actividad y la que, según el autor, es considerada la herramienta más valiosa en el mundo de los negocios. Para cumplir con lo anterior, Castro (2022) analiza las diferentes modalidades de comercio electrónico, las diferentes sanciones y órdenes administrativas del estado colombiano frente al comercio electrónico, y finalmente, realiza una comparación de la situación actual del comercio electrónico en diversos países de la región con relación a Colombia.

A partir de los hallazgos obtenidos, el autor logró determinar que el ordenamiento jurídico colombiano cuenta con los mecanismos necesarios para la protección efectiva de los derechos de los consumidores. Así mismo, logró determinar la trascendencia del comercio electrónico para el crecimiento y sostenimiento de las empresas nacionales; partiendo que más del 80% de estas empresas son pymes, lo que les permite tener acceso a nuevos mercados y de esta forma tener mayor participación y competitividad en una economía cada vez más globalizada.

Otro trabajo presentado por Salinas y Rodríguez (2023), analiza los derechos específicos que tienen los consumidores en las transacciones en línea, profundizando los diferentes problemas y obstáculos que enfrentan los consumidores en el ejercicio de sus derechos. Para cumplir con lo anterior, los autores analizan algunos casos y estadísticas para lograr obtener una visión completa de la situación actual. La metodología propuesta en este trabajo tiene un enfoque mixto y es de

alcance descriptivo, empleando el análisis de contenido de los documentos pertinentes como reglamentos y leyes, así como entrevistas y grupos focales. De la misma forma, el análisis estadístico permitió obtener indicadores relacionados con las quejas de los consumidores, cuentas fraudulentas y otros datos relacionados.

Como conclusión Salinas y Rodríguez (2023), logran establecer el importante avance que ha tenido la legislación colombiana referente a la protección de los consumidores dentro del comercio electrónico en el ámbito nacional, otorgándoles mayores garantías para que puedan realizar esta práctica de una manera más segura. Sin embargo, aún existen algunos aspectos que hacen necesario ejercer esta actividad con cautela. A pesar de que las regulaciones son cada vez más exigentes, surgen constantemente nuevos métodos y técnicas que representan una amenaza para la seguridad y violan la normatividad vigente.

En su trabajo Páez (2020) analiza las nuevas tendencias del comercio electrónico a partir del estatuto de protección al consumidor. Para esto la autora, realiza una aproximación del comercio electrónico resaltando el riesgo de esta actividad a partir del año 2013 en Colombia. Seguidamente, presenta los diferentes mecanismos de protección del consumidor, analizando algunos casos, así como las leyes y estatutos vigentes. Finalmente, Páez (2020) presenta los beneficios y la importancia de esta actividad para el crecimiento de la economía nacional y su impacto en la diversificación mercantil tanto a nivel nacional como internacional. Como conclusión la autora destaca la importancia del gobierno para el control y fortalecimiento de las leyes relacionadas con la protección de los consumidores, la creación de sistemas (*hardware* y *software*) que garanticen la rigurosidad en las diferentes transacciones que se realizan en los portales web y la inserción de sistemas de protección que funcionan actualmente en otros países y han demostrado su efectividad en esta actividad.

Finalmente, Arenas (2021), presenta en su trabajo de grado las oportunidades relacionadas con los nuevos métodos de comercialización de bienes y servicios, entre los que destaca el e-commerce. Sin embargo, esta modalidad de compra y venta digital también ofrece desventajas, debido a que la realización de las transacciones por parte del consumidor se ven afectadas y en ocasiones impedidas en razón a la inseguridad, falta de confianza y riesgo que representa para el consumidor hacer compras de manera virtual. Es por esto que Arenas (2021) propone esclarecer la diferente normatividad vigente, que regula esta actividad en el ámbito nacional, buscando proporcionar información suficiente que permita esclarecer si la normatividad vigente en materia de protección al consumidor digital logra su fin más noble: Equilibrar la relación contractual entre las partes.

Para cumplir con los objetivos propuestos Arenas (2021) se enfoca en los aspectos normativos que regulan el problema abordado con la finalidad de conceptualizarlo, siendo así, las fuentes principales de las que se nutre este trabajo son la constitución, la ley y los decretos que la regulan. El método que se aplica es el deductivo, porque se parte de un proceso de generalización de la normatividad que regula la protección al consumidor en el marco del comercio electrónico y decrece en aspectos específicos como los son los derechos del consumidor digital, los deberes y las vías judiciales y administrativas para tutelar dichos derechos, así las cosas, el estudio va de lo general hasta lo particular para obtener conocimiento acerca del marco jurídico que regula las relaciones de consumo que surgen dentro del comercio electrónico.

2.2 Marco teórico

A continuación, se describen algunos conceptos relacionados al comercio electrónico, los cuales servirán de guía para el cumplimiento de los objetivos propuestos en el presente trabajo.

2.2.1 Comercio electrónico

El comercio electrónico, también conocido como e-commerce (abreviado de la expresión inglesa *electronic commerce*), es un acto mercantil que se desarrolla en un portal web en donde interactúan dos partes: Un proveedor que ofrece sus bienes o servicios y un consumidor, quien adquiere determinado producto, de acuerdo a sus intereses y necesidades personales (Páez Rivera, 2020).

Otro autor, Aguirre y Manasía (2007), define al comercio electrónico como cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial, basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como internet. Lo anterior sugiere emplear redes informáticas como las nuevas tecnologías de la información y comunicación, evitando el contacto físico entre comprador y vendedor para realizar dichos trámites.

Como mencionan estos autores, el mundo actual se caracteriza por el auge del emprendimiento digital, que incluye diversas áreas como Fintech, Legaltech, Insurancetech, entre otras. Además, las redes sociales y las tecnologías emergentes, descentralizadas e inteligentes están desempeñando un papel crucial en esta era. También se reconoce la importancia fundamental de la economía digital y se vislumbra una nueva generación de ciudadanos que buscan acceder a servicios ciudadanos digitales, así como entidades y territorios inteligentes (Peña Valenzuela, 2019).

En este contexto, surgen nuevas formas de democracia y participación ciudadana, lo que marca un cambio significativo en la dinámica social y política del mundo actual. A continuación, se nombran algunas dos disposiciones importantes a tener en cuenta dentro del contexto colombiano.

- 1) Principios y reglas del comercio electrónico

La Ley 527 de 1999 agrupa una serie de principios y reglas propios del modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Comercial Internacional (CNUDMI) que no existían en el Derecho Privado de Colombia y que aparecen como puentes o vasos comunicantes entre lo análogo y lo digital. Esa relación entre lo inmaterial y lo físico sintetiza la interdependencia entre el cambio tecnológico y el avance normativo.

2) Nuevas categorías e innovación legal en el e-commerce

La Ley 527 de 1999 incorporó nuevos conceptos en el ordenamiento jurídico colombiano: los mensajes de datos, el contrato electrónico, los principios del comercio electrónico, las firmas electrónicas y digitales, así como las entidades de certificación digital. Estas nuevas categorías tienen como objetivo reconocer los cambios en las firmas y los contenidos contractuales, otorgar validez y eficacia jurídica a la información digital, redefinir las relaciones jurídicas desmaterializadas, y proporcionar métodos para garantizar la autenticidad e integridad de las transacciones e intercambios realizados a través de medios electrónicos (Peña Valenzuela, 2019).

2.2.2 Tipos de transacciones dentro del comercio electrónico

Existen varias formas de e-commerce, pero dentro de las opciones más utilizadas con tamos con:

- 1) B2B: corresponden a las empresas que venden a otras empresas Significa “Business to Business” o en español de “Negocio a Negocio”; este tipo de ventas se realizan de empresa a empresa.
- 2) B2C: corresponden a las empresas que venden al consumidor Significa “Business to Consumer”; este tipo de ventas se realizan desde la empresa hacia el cliente. Normalmente, se trata de transacciones de bajo importe y con relativa poca frecuencia.

- 3) P2P: corresponden a una red de consumidores iguales El “Peer to Peer” significaría algo como “Red entre Iguales” o “de Igual a Igual”, aquí los consumidores intercambian información, similar como sucede en Airbnb.
- 4) C2C: corresponden a los consumidores que venden a otros consumidores Significa “Consumer to Consumer”, en español sería de “Consumidor a Consumidor”, similar a lo que sucede con OLX.
- 5) G2C: por sus siglas, significa “Government to Consumer”, es decir, lo que el Gobierno ofrece al Consumidor.
- 6) B2G: en este sucede lo contrario al anterior, aquí es una empresa “Business” quien vende al “Gobierno”, por ello sus siglas “B2G” (Dalgo, 2022).

2.2.3 Clasificación del comercio electrónico según el modelo de negocio

Según Somalo (2018), las principales modalidades de e-commerce son:

- *Etailers*: son tiendas virtuales que operan con el modelo de negocio tradicional. Compran a fabricantes o mayoristas productos o servicios que luego revenden más caro a los consumidores
- *Bricks & Clicks*: se trata de negocios de minoristas tradicionales que incorporan una tienda *online* a su oferta. Esta tienda *online* puede estar más o menos integrada en su circuito u oferta comercial en las tiendas físicas
- *Marketplaces*: se trata de espacios de venta virtual donde cualquiera puede poner en venta su oferta. El *Marketplace* genera la infraestructura y pone unas reglas que dotan de ciertas garantías al comprador

- P2P o *sharing economy*: en este caso los particulares comparten con otros particulares sus recursos ociosos. Se caracteriza por la prestación de servicios o alquiler de productos a profesionales cualificados y en muchos casos, sectores o actividades reguladas.
- Comparadores: en este caso, la web se limita a aglutinar la oferta de todos los que venden un determinado producto y ofrecen al consumidor una comparativa de todas las ofertas.
- Afiliados: se trata de webs de contenido que recomiendan o venden activamente los productos o servicios de otras tiendas *online*. Estas reciben generalmente un pago por los resultados que son capaces de generar para el comercio virtual (Somalo, 2018).

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Consumidor o usuario

Al respecto de esta definición, la Ley 1480 del 2011, establece que el consumidor o usuario, es una persona natural o jurídica que adquiere, utiliza, o disfruta bienes y servicios como destinatario final. Es decir, no compran los productos o servicios para su posterior reventa o uso en la producción de otros bienes o servicios, sino para su propio consumo personal (Ley 1480, 2011).

La Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo define al consumidor como toda persona física que, en contratos regulados por esta Directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresa, oficio o profesión.

2.3.2 Comerciante

La Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo define al comerciante como toda persona física o jurídica, ya sea privada o pública, que actúe, incluso a través de otra

persona en su nombre o siguiendo sus instrucciones, con un propósito relacionado con su actividad comercial, empresa, oficio o profesión en relación con contratos regulados por esta Directiva

2.3.3 Contrato a distancia

La Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo define al contrato a distancia como todo contrato celebrado entre un comerciante y un consumidor en el marco de un sistema organizado de venta o prestación de servicios a distancia, sin la presencia física simultánea del comerciante y del consumidor, y en el que se han utilizado exclusivamente una o más técnicas de comunicación a distancia hasta el momento en que se celebra el contrato y en la propia celebración del mismo.

2.3.4 Contrato celebrado fuera del establecimiento

La Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo describe las características del contrato celebrado fuera del establecimiento entre un comerciante y un consumidor:

- a) Celebrado con la presencia física simultánea del comerciante y del consumidor, en un lugar distinto del establecimiento mercantil del comerciante;
- b) En el que el consumidor ha realizado una oferta en las mismas circunstancias que las que se contemplan en la letra a);
- c) Celebrado en el establecimiento mercantil del comerciante o mediante el uso de cualquier medio de comunicación a distancia inmediatamente después de que haya existido contacto personal e individual con el consumidor en un lugar que no sea el establecimiento mercantil del comerciante, con la presencia física simultánea del comerciante y el consumidor, o

- d) Celebrado durante una excursión organizada por el comerciante con el fin de promocionar y vender productos o servicios al consumidor;

2.3.5 Tecnologías de la información y las comunicaciones

La Ley 1341 de 2009 establece normas para el sector de las telecomunicaciones en Colombia, con el objetivo de promover el acceso universal a los servicios de comunicaciones y garantizar los derechos de los consumidores o usuarios en este ámbito (Ley 1341, 2009). Estos derechos incluyen, entre otros, la protección de sus datos personales, la calidad del servicio, la información transparente y veraz sobre los planes y tarifas, y la posibilidad de presentar reclamaciones y obtener una respuesta oportuna frente a cualquier inconveniente con el servicio.

2.3.6 Ventas con utilización de métodos no tradicionales

La Ley 1480 de 2011, también conocida como el Estatuto del Consumidor en Colombia, regula varios aspectos relacionados con los derechos y protección de los consumidores en el país. En cuanto a las ventas con utilización de métodos no tradicionales, esta ley establece ciertas disposiciones para proteger a los consumidores que realizan compras o contratan servicios a través de estos medios (Ley 1480, 2011).

2.3.7 Información

En la primera parte de la Ley 1480 de 2011, que contiene las definiciones relacionadas con el Estatuto del Consumidor en Colombia, se establece una definición estricta y relevante de "información" en el contexto de las relaciones de consumo. Según la ley, la "información" se define

como el conjunto de datos y mensajes sobre las características esenciales de los bienes y servicios que son objeto de transacciones comerciales (Ley 1480, 2011).

Esta definición es fundamental en el marco de la protección al consumidor, ya que la información juega un papel crucial en el proceso de toma de decisiones de los consumidores. Tener acceso a información clara, precisa y veraz sobre los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado les permite a los consumidores hacer elecciones informadas y conscientes al momento de realizar una compra o contratar un servicio.

2.3.8 *Producto*

Según la Ley 1480 de 2011, "producto" se refiere a cualquier bien mueble, inmueble, tangible o intangible que sea objeto de adquisición, uso o consumo por parte de los consumidores. Esta definición abarca una amplia gama de bienes, incluyendo alimentos, electrónicos, ropa, muebles, vehículos, software, entre otros. Es importante destacar que la ley establece derechos y deberes específicos tanto para los proveedores como para los consumidores en relación con los productos (Ley 1480, 2011).

2.3.9 *Relación de consumo*

La relación de consumo está definida por la Ley 1480 de 2011 donde se establece entre un consumidor o usuario y un proveedor de bienes o servicios. En esta relación, el consumidor actúa como destinatario final, adquiriendo, utilizando o disfrutando de un bien o servicio para su consumo personal, familiar o empresarial (Ley 1480, 2011).

2.3.10 Proveedor o expendedor

La Ley 1480 establece una serie de responsabilidades y obligaciones para los proveedores con el fin de proteger los derechos de los consumidores y asegurar que las transacciones comerciales sean justas, transparentes y seguras. Algunas de las obligaciones de los proveedores según la ley incluyen:

- Proporcionar información clara y veraz sobre los bienes o servicios que ofrecen.
- Respetar las condiciones y garantías ofrecidas en la publicidad y en los contratos.
- Garantizar la seguridad y calidad de los productos que ponen a disposición en el mercado.
- Brindar un adecuado servicio posventa y atender las reclamaciones y garantías de los consumidores.
- Abstenerse de utilizar prácticas comerciales desleales o publicidad engañosa.

2.3.11 Transacción electrónica

Se refiere a cualquier operación de compra, venta, contratación o intercambio de bienes, productos, servicios o información que se realiza a través de medios electrónicos o telemáticos. En otras palabras, es cualquier transacción comercial que se lleva a cabo utilizando tecnologías de la información y las comunicaciones, como internet, redes electrónicas, aplicaciones móviles u otros sistemas digitales.

La Ley 527 de 1999 en Colombia, también conocida como Ley de Comercio Electrónico, es la principal normativa que regula las transacciones electrónicas en el país (Ley 527, 1999). Esta ley establece los principios, requisitos y condiciones para la validez y eficacia jurídica de los contratos y transacciones realizadas por medios electrónicos.

2.4 Marco legal

En el ámbito de la protección de los derechos de los consumidores, tanto en Colombia como en España, existen disposiciones legales que buscan garantizar un comercio electrónico seguro y transparente. A continuación, se presentan algunas de estas normas destacadas en cada país:

En España, la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI), juega un papel fundamental en la regulación de los servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico. Esta ley establece las bases para la prestación de servicios en línea, incluyendo la obligación de proporcionar información clara y completa a los consumidores antes de la formalización del contrato. Además, la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (LGDCU) y la Ley de Consumidores y Usuarios de 2007 también contienen disposiciones de gran envergadura para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, acerca de la regulación sobre contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles y a distancia. De esta manera, se busca asegurar que los consumidores tengan acceso a información relevante sobre los productos o servicios, precios, condiciones de entrega, y sus derechos de desistimiento, entre otros aspectos cruciales.

El derecho de la Unión Europea, y por tanto el Derecho español, propende que los usuarios del comercio estén protegidos ante cualquier eventualidad, como es el caso del Real Decreto-ley 23/2021, de 26 de octubre, es una legislación de medidas urgentes en materia de energía que busca la transparencia y la protección de los consumidores en el mercado mayorista y minorista de electricidad y gas natural, en esta legislación se promueve en su artículo 5, incrementar la transparencia, mejorar la capacidad de supervisión y reforzar la información y protección de los consumidores.

Por otro lado, en el contexto colombiano, se encuentra la Ley 1480 de 2011, conocida como el Estatuto del Consumidor, la cual busca salvaguardar los intereses de los consumidores en diversas áreas, incluyendo el comercio electrónico. Esta norma establece los derechos y deberes de los consumidores en general y contiene disposiciones específicas relacionadas con el comercio en línea. Asimismo, el Decreto 587 de 2016 complementa la Ley 1480 de 2011 al reglamentar aspectos particulares del comercio electrónico, incluyendo las obligaciones de los proveedores de brindar información previa a la formalización del contrato. A través de estas regulaciones, se busca asegurar que los consumidores en Colombia estén debidamente informados sobre los productos o servicios que desean adquirir en línea, así como sobre sus derechos de retracto y mecanismos de solución de conflictos.

De igual manera, Colombia ha evolucionado en la implementación y manejo de diversas herramientas beneficiosas para el desarrollo del comercio electrónico, como es el caso del Decreto 1133 de 2021, por el cual se modifica parcialmente el Capítulo 4 del Título 2 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, en lo referente a los sitios de Internet para la venta o martillo electrónico de bienes dados en garantía, el Decreto entra a regular el buen funcionamiento de estos sitios de internet para venta o martillo electrónico de bienes, los cuales deberán garantizar el cumplimiento de principios como el de acceso, profesionalización y transparencia, también reglamenta las instrucciones y demás nociones importantes para la prestación del servicio electrónico. (Función Pública, 2021)

Otro ejemplo, es la implementación de la ley 2300 de 2023, donde se le brinda una protección especial al derecho a la intimidad y privacidad de los consumidores, al establecer el canal, horario y periodicidad en que pueden ser contactados los usuarios por las entidades financieras para gestiones de cobranza. (Función Pública, 2023)

En cuanto al derecho a la información previa, Colombia presta especial atención a su cumplimiento, en el año 2020, al margen de la declaración del estado de emergencia sanitaria por el COVID 19, se emitió la Resolución 18812 de 2020 por medio de la cual se impone una orden administrativa de carácter general a tiendas y almacenes de autoservicio, para que prescindan de realizar conductas como la sustracción o retención de productos de primera necesidad, evitando así que se cause un daño o perjuicio a los consumidores. En el artículo 2 se especifica ese derecho de los consumidores a que se les informe de manera oportuna, veraz, suficiente, precisa, idónea y clara, el precio de venta al público y las restricciones que existan sobre el producto, tal información debe mostrarse de manera visible por cualquiera de los métodos de venta utilizados, en el caso de las ventas a distancia y comercio electrónico, de forma contigua a la imagen o descripción del producto. (Función Pública, 2020)

Tanto en España como en Colombia, la normativa reconoce la importancia de proteger los derechos de los consumidores en el comercio electrónico, especialmente en lo que respecta al derecho a la información previa a la formalización del contrato. Ambos países exigen a los proveedores que brinden información clara y detallada sobre los productos o servicios, así como sobre las condiciones de la transacción y los derechos de los consumidores. Es por lo que estas normas buscan proteger los derechos de los consumidores y promover prácticas comerciales justas y transparentes en el entorno digital.

En general, aunque existen similitudes en ambos marcos legales, también puede haber diferencias en cuanto a los detalles y las disposiciones específicas de cada país. Por lo tanto, es fundamental que las empresas que operen en comercio electrónico en España y Colombia se familiaricen con las regulaciones locales y aseguren el cumplimiento adecuado para proteger los derechos de los consumidores en cada jurisdicción.

3. Método

El estudio de la presente investigación presenta una búsqueda avanzada de artículos científicos sobre la normativa del derecho de los consumidores en el comercio electrónico colombiano, en comparativa con el ordenamiento jurídico español, se centra en examinar y evaluar las fuentes bibliográficas utilizadas para obtener información relevante sobre las regulaciones y leyes aplicables en ambos países. El objetivo de este tipo de análisis es proporcionar una visión más completa y sólida de la normativa comparada y las diferencias existentes entre las dos jurisdicciones.

3.1 Enfoque

Se utilizará una metodología clásica de análisis con enfoque cualitativo para llevar a cabo una investigación descriptiva. El objetivo será examinar las normas que conforman el derecho a la información previa a la formalización del contrato en el ámbito del comercio electrónico tanto en Colombia como en España, mediante un estudio de derecho comparado.

La investigación se centrará en el campo del derecho, siguiendo un enfoque sistemático jurídico. Para realizar un análisis completo de ambos sistemas legales, se recopilarán y examinarán cuidadosamente normas, leyes, acuerdos internacionales y disposiciones del derecho comunitario, incluyendo las directivas europeas que los regulan.

3.2 Fuentes y técnicas de recolección de datos

En el transcurso de la investigación, se procederá con la selección y examen minucioso de documentos que sean considerados útiles y pertinentes. Se hará hincapié en la confiabilidad de las

fuentes elegidas para asegurar que la información presentada sea verídica y precisa. Se prestará especial atención a las disposiciones legales vigentes en el ordenamiento jurídico de Colombia y España relacionadas con el comercio electrónico, especialmente en lo que concierne a los derechos de los consumidores y el derecho a la información previa.

El primer término importante que se incluye es “comercio electrónico” y “derecho de los consumidores”, ya que es la base de esta investigación, además se agregan otras palabras claves como “normativa comparada”, “Colombia” y “España”. Por último, se hace exclusión de algunas palabras clave, con el fin de limitar algunos resultados.

Cabe señalar que, en cuanto a los instrumentos de recolección de información, esta se llevará a cabo a través de tablas comparativas en las cuales se examinan las convergencias y divergencias existentes entre ambos derechos objeto de análisis mediante un proceso de categorización, donde se realizará una clasificación de la información según las similitudes y diferencias encontradas. Es decir, reducir la información de la investigación con el fin de expresarla y describirla de manera conceptual.

3.2.1 Fuentes primarias

Las fuentes primarias que serán prioritarias para este estudio serán las leyes internas de ambos países y cualquier convenio o normativa pertinente del derecho comunitario, tomando en cuenta, en el caso de España, su pertenencia a la Unión Europea. Estas fuentes se consideran fundamentales para establecer el marco legal y regulatorio que rige el comercio electrónico y sus implicaciones en relación con la información previa a la formalización de contratos.

3.2.2 Fuentes secundarias

Por otro lado, también se reconocerá el valor de las fuentes secundarias, como los libros especializados en el tema, que proporcionarán una base sólida para el análisis de doctrinas e investigaciones previas relacionadas con el fenómeno del comercio electrónico. Estas fuentes secundarias serán de gran utilidad para contextualizar y enriquecer el estudio, al proporcionar perspectivas adicionales y análisis críticos de expertos en el campo.

4. Justificación

La presente investigación tiene como objeto realizar un análisis normativo sobre los derechos de los consumidores en el comercio electrónico, específicamente el derecho a la información previa a la formalización del contrato en el ordenamiento jurídico español y colombiano. Se planea realizar una comparativa de los sistemas normativos de ambos países en cuanto a este derecho principal de los consumidores en el comercio electrónico, para así determinar si se presentan vacíos normativos que no permitan el verdadero amparo de la parte débil de la relación comercial online: el consumidor.

Es importante recalcar que España pertenece al derecho comunitario de la Unión Europea, por lo tanto, los países miembros de la UE cuentan con una integración normativa, y en el ámbito del comercio electrónico, comprenden un conjunto de normas que *“constituyen una base fundamental para que los ciudadanos y los agentes europeos puedan disfrutar plenamente, y sin tener en cuenta las fronteras, de las oportunidades que ofrece el comercio electrónico”* teniendo como finalidad: *“garantizar un elevado nivel de integración jurídica comunitaria con objeto de establecer un auténtico espacio sin fronteras interiores en el ámbito de los servicios de la sociedad de la información”* (considerando 3, Directiva 2000/31/CE). En razón a lo anterior, se puede

observar que el espacio jurídicamente seguro para los consumidores del comercio online en España se extiende a los demás países europeos donde las normas comunitarias sean vinculantes, garantizando así la libre circulación de mercancías y servicios.

Por el contrario, aunque el consumidor en el ordenamiento jurídico Colombiano posee un sustento normativo en el comercio online, y existe un régimen común en la Alianza del Pacífico, donde Colombia es país miembro, no se cuenta con un derecho comunitario en Sudamérica que esté por encima de las disposiciones internas de cada país de la región en materia de derechos de los consumidores en el comercio electrónico, por tanto no se alcanza el nivel de armonización y seguridad jurídica que produce el derecho de la Unión Europea, lo que implicaría un cierto grado de desprotección para el consumidor en este tema que traspasa fronteras, ya que, al realizar operaciones comerciales con empresas extranjeras vecinas, se entraría en contacto con diferentes ordenamientos jurídicos. Es por ello, que la presente investigación busca identificar si los consumidores del comercio online en Colombia tienen suficientes garantías legales en el ejercicio del derecho a la información precontractual, transparente, completa y precisa que les permita gozar de tranquilidad y seguridad al momento de realizar sus operaciones en la web.

5. Desarrollo normativo del derecho a la información previa en el comercio electrónico en España

5.1 Derecho comunitario de la Unión Europea en materia de comercio electrónico

Las directivas son actos legislativos por medio de los cuales se establecen objetivos que todos los países de la UE deben cumplir, son obligatorios y vinculantes. Sin embargo, corresponde a cada país elaborar sus propias leyes sobre cómo alcanzar dichos objetivos (Unión Europea, s.f.).

Es el caso de la Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores, la cual será objeto de análisis en la presente investigación, empero, es necesario realizar una revisión normativa de los instrumentos del derecho comunitario que se han encargado de regular esta materia.

El Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea, el 25 de octubre de 2011 emiten la Directiva 2011/83/UE, la cual, modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

Asimismo, deroga la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento y del Consejo Europeo. La primera, se refería a la protección de los consumidores en el caso de contratos negociados fuera de los establecimientos comerciales y, la segunda, era relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia.

Si bien, la Directiva 97/7/CE del Parlamento y del Consejo Europeo, ya contemplaba una información precontractual. Datos como, la identidad del proveedor, las características esenciales del bien o del servicio, el precio o los gastos de entrega, entre otros (art. 4), debían estar a disposición del consumidor. Tal Directiva se aplicaba a contratos a distancia que utilizaban exclusivamente una o más técnicas de comunicación como, por ejemplo, el correo electrónico o la televisión, según la lista indicativa del Anexo I.

Sin embargo, como norma vigente, la Directiva 2011/83/UE, menciona detalladamente la información precontractual que se debe brindar al consumidor en los contratos a distancia y los contratos celebrados fuera del establecimiento, en primera medida, es relevante analizar el concepto de “consumidor” que dispone la directiva, definiéndolo en su artículo 2.1 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”*

Ahora, con relación al derecho de información previa, El artículo 6 de la Directiva, indica que, antes de encontrarse vinculado por cualquier contrato a distancia o celebrado fuera del establecimiento o cualquier oferta correspondiente, al consumidor, se le debe ofrecer de forma clara y comprensible cierta información, por parte del comerciante.

Primeramente, las características principales de los bienes o servicios; la identidad del comerciante, su nombre comercial y, cuando proceda, la dirección geográfica, número de teléfono, número de fax y dirección de correo electrónico de su establecimiento. De igual manera, la dirección geográfica y la identidad del comerciante por cuya cuenta actúa, si corresponde. (art. 6. 1. a, b, c)

Ahora bien, si hay una diferencia en las direcciones geográficas, se ha de brindar la de sede del comerciante y, cuando proceda, la del comerciante por cuya cuenta actúa, con el fin de que el consumidor pueda dirigir sus reclamaciones. (art. 6. 1. d)

Seguidamente, se debe informar, el precio total -incluidos los impuestos-, o, la forma en que se determina el precio, cuando este no puede calcularse razonablemente de antemano por la naturaleza de los bienes o de los servicios. Asimismo, todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales y cualquier otro. Adicionalmente, se debe indicar que, si corresponde, puede ser necesario abonar los gastos adicionales, en el caso de que no se puedan calcular con anterioridad. (art. 6. 1. e)

En el caso de contratos de duración indeterminada o de contratos que incluyan una suscripción, el precio incluirá el total de los costes por período de facturación. Cuando dichos contratos se cobren con arreglo a una tarifa fija, el precio total también significará el total de los costes mensuales. De igual manera, cuando no sea posible calcular razonablemente de antemano el coste total, se indicará la forma en que se determina el precio. (art 6. 1. e)

También se deberá informar, el coste de la utilización de la técnica de comunicación a distancia para la celebración del contrato, en caso de que dicho coste se calcule sobre una base diferente de la tarifa básica. Además, se tendrán que indicar los procedimientos de pago, entrega y funcionamiento, la fecha en que el comerciante se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación de los servicios, así como, el sistema de tratamiento de las reclamaciones del comerciante, si procede. (art. 6.1. f, g)

Asimismo, cuando exista un derecho de desistimiento, se deben informar, las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer ese derecho de conformidad con el artículo 11, apartado 1, es decir, utilizando el modelo de formulario de desistimiento que figura en el anexo I, letra B de la Directiva, o bien, realizando otro tipo de declaración inequívoca en la que señale su decisión de desistir del contrato (art. 6.1.h). Igualmente, cuando proceda, se debe indicar al consumidor que tendrá que asumir el coste de la devolución de los bienes en caso de desistimiento, o, de contratos a distancia donde el bien no puede devolverse normalmente por correo. (art. 6. 1. i)

Por otro lado, en caso de que se ejercite el derecho de desistimiento tras la presentación de una solicitud donde, se desea que la prestación de servicios o el suministro de agua, gas, electricidad o calefacción mediante sistemas urbanos, dé comienzo durante el plazo de desistimiento, se tiene que informar al consumidor que deberá abonar al comerciante unos gastos razonables. (art. 6. 1. j)

Cuando no se haya previsto un derecho de desistimiento, se deberá informar al consumidor que no le asiste tal o, si corresponde, se le indicarán las circunstancias en las que lo ha perdido. (art 6. 1. k)

Seguidamente, el comerciante tiene el deber de informar al consumidor sobre la existencia de los siguientes supuestos: la garantía jurídica aplicable a los bienes (art. 6.1.l); la asistencia

posventa, servicios posventa y garantías comerciales, junto con sus condiciones (art. 6.1.m); y los códigos de conducta pertinentes. (art 6.1.n)

De igual manera, se debe indicar la duración del contrato y, si procede, cuando el contrato es de duración indeterminada, o, se prolonga automáticamente, se tendrá que informar las condiciones de Resolución. (art. 6.1.o)

Acerca de las obligaciones del consumidor, que se deriven del contrato, es deber del comerciante informar el tiempo de duración mínima de éstas (art 6.1.p), así como la existencia y las condiciones de los depósitos u otras garantías financieras que el consumidor tenga que pagar o aportar. (art 6.1.q)

Si corresponde, se tendrá que informar la funcionalidad de los contenidos digitales - incluyendo las medidas técnicas de protección aplicables-, o, toda la interoperatividad pertinente del contenido digital con los aparatos y programas conocidos por el comerciante o que quepa esperar razonablemente que este pueda conocer. (art. 6. 1. r, s).

Finalmente, cuando proceda, se tendrá que informar la posibilidad de recurrir a un mecanismo no judicial de reclamación y recurso al que esté sujeto el comerciante y los métodos para tener acceso al mismo. Ahora bien, es pertinente para la presente investigación, analizar la incorporación de esta Directiva dentro de la normatividad española.

5.2 Preceptos legales encargados de regular el derecho a la información previa a la formalización del contrato dentro del comercio electrónico en España

España acoge en su ordenamiento jurídico el derecho a la información previa a la formalización del contrato, plasmado en la DIRECTIVA 2011/83/UE, por medio del Real Decreto Legislativo 1/2007, por el que se aprueba la Ley General para la Defensa de los Consumidores y

Usuarios. Tal derecho se encuentra plasmado en el artículo 97 relativo a la información precontractual de los contratos a distancia y los contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil.

Como es de suponer, la ley española de ninguna manera va en contravía de las disposiciones de la Directiva europea, esto en virtud del principio de jerarquía protegido constitucionalmente en el artículo 96 de la carta magna española.

Consiguientemente, el artículo 97 de la Ley 1/2007 de España complementa y amplía los mandatos del artículo 6 de la Directiva europea. En el numeral 1 del Art 97, el legislador español preceptúa que el empresario debe prestar importante atención en la suministración de información precontractual cuando se trate de personas consumidoras vulnerables, a las que se les facilitará formatos adecuados, accesibles y comprensibles. Esto no quiere decir que la Directiva no contempla tal trato especial, ya que, en su considerando 34 reglamenta que, al facilitar la información precontractual, el comerciante debe tener en cuenta las necesidades especiales de los consumidores que sean particularmente vulnerables.

La normativa española, en las disposiciones sobre el precio, anexa dentro de sus requisitos, el deber de informar al consumidor, cuando proceda, que el precio ha sido personalizado sobre la base de una toma de decisiones automatizada (art 97.1.f). En este sentido, también se adiciona que, en los datos de contacto, cuando el empresario facilite otros medios de comunicación en línea que garanticen que el consumidor puede mantener cualquier tipo de correspondencia escrita, incluida la fecha y el horario de dicha correspondencia, con el empresario en un soporte duradero, la información precontractual también incluirá detalles sobre esos otros medios (art 97.1.c).

La misma ley 1/2007, en su artículo 97.1. apartado n, dispone que el empresario debe dejar un recordatorio de la existencia de una garantía legal de conformidad para los bienes, contenido

digital o servicios digitales. Con respecto a lo anterior, la Directiva 2011/83, en el artículo 6.1 literal i, referente al recordatorio de garantía, solo nombra “bienes”.

No obstante, en el considerando 19, se vislumbran especificaciones sobre el contenido digital, bienes digitales y servicios digitales que contempla la ley española. El considerando anteriormente referido, define como contenido digital, los datos producidos y suministrados en formato digital, como programas, aplicaciones, juegos, etc. También anexa que los contratos de suministro de contenido digital deben incluirse en su ámbito de aplicación. Adicionalmente, expresa que si un contenido digital se suministra a través de un soporte material como un CD o un DVD, debe considerarse un bien a efectos de la Directiva.

En cuanto a los servicios digitales, aunque la Directiva 2011/83 no los nombre como tal, no quiere decir que no los acoja dentro de su ámbito de aplicación, esto en virtud de la Directiva 2019/770 relativa a determinados aspectos de contratos de suministro de contenidos y servicios digitales, en su considerando 42 se reglamenta que este tipo de contratos deben incluir los requisitos de la información precontractual que, de acuerdo con la Directiva 2011/83/UE, forma parte integrante del contrato.

Por tanto, aunque el artículo 6.1. literal i de la Directiva no se nombre expresamente los supuestos anteriores, ello no quiere decir que no los tome en cuenta, o no sean aplicables.

6. Desarrollo normativo del derecho a la información previa a la formalización del contrato en el comercio electrónico en Colombia

6.1 Regulación internacional suscrita por Colombia en materia de comercio electrónico

Primeramente, es conveniente identificar los Acuerdos comerciales que ha suscrito Colombia en materia de comercio electrónico. También es importante examinar la Alianza del Pacífico (AP) donde Colombia, México, Chile y Perú son países miembros, este mecanismo de integración económica regional muestra un relevante desarrollo normativo del comercio electrónico. Con todo, se busca analizar el alcance y el nivel de protección de estas normas internacionales firmadas por Colombia en lo que respecta a los derechos de los consumidores, eje principal de la presente investigación.

En vista de la creciente y cada vez más constante necesidad de intromisión del internet y las nuevas tecnologías en el ámbito personal, social, laboral y comercial, Colombia ha optado por suscribir acuerdos comerciales, tanto con socios extrarregionales como interregionales para así reglamentar el fenómeno del comercio electrónico. Sin embargo, se constata que no existe una homogeneidad en los acuerdos, sino acuerdos cuyo contenido refleja fundamentalmente la filosofía del socio respectivo, en particular los Estados Unidos y la Unión Europea (UE) (Herreros, 2019). Por tanto, se vislumbra una heterogeneidad en lo concerniente al entorno regulatorio del comercio electrónico.

En junio de 2019, se suscribió el Acuerdo de Promoción Comercial entre Colombia y Estados Unidos, el cual, dedica el capítulo 15 a disposiciones sobre comercio electrónico entre los dos estados, entre las cuales se resaltan la no imposición de derechos aduaneros a los productos digitales, el trato no discriminatorio a los productos digitales, y la autenticación electrónica y las

firmas electrónicas, en el campo de los derechos de los consumidores en el comercio electrónico, el Acuerdo dispone el artículo 15.5 sobre la protección al consumidor, en donde ambos estados reconocen la importancia de mantener y adoptar medidas transparentes y eficaces para proteger a los consumidores de prácticas comerciales fraudulentas y engañosas cuando se dedican al comercio electrónico; y de igual manera, de la cooperación entre sus respectivas agencias nacionales de protección al consumidor en actividades relacionadas con el comercio electrónico transfronterizo para mejorar la protección del consumidor (Sistema de Información de Comercio Exterior (SICE), s.f.).

Ahora bien, Colombia y la UE suscribieron un acuerdo comercial en diciembre del año 2012, el cual, destina su capítulo 6 a medidas sobre el comercio electrónico, tales como la no imposición de derechos aduaneros a los productos digitales, y acordaron publicar y aceptar digitalmente documentos relacionados con el comercio.

De igual manera, un punto importante a resaltar del presente acuerdo es el artículo 163 sobre Aspectos Regulatorios del Comercio Electrónico, en donde ambas partes pactan una cooperación y dialogo sobre temas regulatorios derivados del comercio online, haciendo énfasis en lo que respecta a la protección de la información personal y la adopción de medidas para la protección del consumidor en línea, consiguiendo dichos objetivos por medio del intercambio de información sobre sus respectivas legislaciones y jurisprudencia pertinentes, así como sobre la implementación de tal legislación (Comisión Europea, s.f.).

Para finalizar con relación a los socios extrarregionales Colombia suscribió acuerdos comerciales con Canadá y con la República de Corea, entrados en vigor en el año 2011 y 2013 respectivamente, a grandes rasgos, se enfocan, como el acuerdo con la UE, en el entorno regulatorio que deben tener ambos países para el buen funcionamiento del comercio electrónico,

como la protección de los datos personales y la protección del consumidor en línea, entre otras disposiciones.

Con relación a los socios intrarregionales, la Alianza del Pacífico (AP) cuyos países miembros son Colombia, México, Chile y Perú, muestra un significativo desarrollo normativo en materia de comercio electrónico, cuentan con un protocolo comercial, el cual fue suscrito en 2014 y entró en vigor en el año 2016.

El capítulo 13 del protocolo dedica sus textos al comercio electrónico, de donde se resaltan disposiciones como la no imposición de derechos aduaneros, tasas o cargos a la importación o exportación por medios electrónicos de productos digitales (art 13.4); también contiene cuestiones sobre el principio de transparencia, cada estado miembro debe poner a disposición del público toda ley, reglamento, procedimiento y decisión administrativa de aplicación general que se relacionen con el comercio electrónico (art 13.5); con respecto a la protección de la información personal, dispone que las partes deberán adoptar o mantener leyes, regulaciones o medidas administrativas para tal fin, tomando en cuenta los estándares internacionales existentes (art 13.8)

Ahora bien, con respecto a la protección de los consumidores, el protocolo especifica a los estados miembros la importancia de llevar a cabo medidas transparentes y efectivas para proteger a los consumidores de prácticas comerciales fraudulentas y engañosas en el comercio electrónico (art 13.6.1); seguidamente, así como se estipula en el acuerdo comercial suscrito entre Colombia y la UE, se propende por una colaboración entre las partes para intercambiar información y experiencias sobre las normas que cada estado ha implementado en la esfera de la protección de los consumidores del comercio online(13.6.2); consiguientemente, se establece que las partes evaluarán mecanismos alternativos de solución de controversias relacionadas con la protección del consumidor en el comercio electrónico transfronterizo(13.6.3).

El protocolo comercial de la alianza del pacífico, si bien contiene estipulaciones interesantes en la protección del consumidor en el comercio electrónico, carece de disposiciones vinculantes en la materia, el acuerdo recomienda a los estados miembros reconocer la importancia del comercio electrónico, del desarrollo tecnológico, de la innovación en las nuevas tecnologías y la necesidad de medidas para asegurar el buen funcionamiento dentro de las legislaciones internas y en general que se pueda facilitar el buen uso del comercio electrónico, pero no se establecen parámetros comunes de obligatorio cumplimiento, no se armonizan las legislaciones de los países miembros de la alianza del pacífico, sino que más bien se trata de un régimen común de cooperación.

Como se observa, aunque se vislumbran intentos de protección a los consumidores en el comercio electrónico en los acuerdos internacionales anteriormente examinados, la realidad es que ninguno reconoce directamente derechos a la parte débil de la relación online, tema clave objeto de estudio de la presente investigación, en los acuerdos internacionales suscritos por Colombia, el derecho a la información previa a la formalización del contrato del que gozan los consumidores del comercio electrónico, no se encuentra estipulado ni reconocido, es menester analizar, si ha sido el marco normativo nacional colombiano el encargado de legislar y reglamentar este derecho.

6.2 Preceptos legales encargados de regular el derecho a la información previa a la formalización del contrato dentro del comercio electrónico en Colombia

En virtud de los acuerdos comerciales ratificados por Colombia, y de la cada vez más urgente necesidad de utilización del comercio electrónico por parte de personas y empresas, el estado colombiano se ha preocupado por regular eficazmente el comercio electrónico en el

ordenamiento jurídico colombiano, llegando a ser considerado como la mejor legislación de comercio electrónico transfronterizo de América Latina (Ibarra, 2021).

La Ley 1480 de 2011 es la norma por la cual se instaura el Estatuto general de protección al consumidor en Colombia, el cual, define al consumidor, en su artículo 5.3, 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.*”. Seguidamente, en cuanto al derecho a la información precontractual, la ley establece en el artículo 46 los deberes especiales del productor y proveedor en las ventas a distancia.

En el inciso 4 del anterior artículo, se observa la obligación de informar al consumidor, previamente a la adquisición: la disponibilidad del producto; el derecho de retracto y el término con que cuenta el consumidor para ejercerlo; de igual manera el término de duración de las condiciones especiales; y el tiempo de entrega del bien o servicio.

Con todo, el legislador colombiano con el fin de reglamentar en una mejor medida este aspecto, promulga el decreto 1499 de 2014, en el artículo 8, se amplían los requisitos de información previa que el vendedor debe suministrar al consumidor en las ventas a distancia o efectuadas por medios no tradicionales:

- Su identidad e información de contacto;
- Características esenciales del producto;
- El precio;
- Los gastos de entrega y transporte;
- Las formas de pago que se pueden utilizar;
- Las modalidades de entrega del bien o prestación del servicio;

- La disponibilidad del producto;
- La fecha de entrega o de inicio de la prestación del servicio, cuando corresponda;
- La existencia del derecho de retracto;
- La existencia del derecho a la reversión del pago;
- El plazo de validez de la oferta y del precio;
- Las cláusulas y condiciones relativas a renovación automática, o, la permanencia mínima en contratos de tracto sucesivo.

Sin embargo, es imperioso revisar los postulados del Capítulo VI de la Ley 1480 de 2011 el cual se dedica exclusivamente a regular la protección del consumidor en el comercio electrónico, si bien su artículo 50 no aclara taxativamente requisitos de información previa a la formalización del contrato, sí estipula los deberes que tienen los proveedores y expendedores de proveer información en todo momento, por lo cual se puede inferir, que es deber de la parte fuerte de la relación contractual online, informar al consumidor previamente a la adquisición su identidad, nombre o razón social; también, su dirección de notificación judicial; de igual manera el teléfono, correo electrónico, y demás datos de contacto que permitan al consumidor hacer contacto con el comerciante (art 50.a)

Seguidamente, se obliga a los proveedores y expendedores a informar en todo momento las características y propiedades de los productos que ofrezcan, tales como el tamaño, el peso, la medida, el material del que está fabricado, su naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes o cualquier otro factor pertinente. También se deberá indicar el plazo de validez de la oferta y la disponibilidad del producto. Y, en los contratos de tracto sucesivo, se deberá informar su duración mínima. (art 50.b)

Igualmente se deberá informar el precio total del producto incluyendo los impuestos, costos y gastos que deba pagar el consumidor para adquirirlo. Por último, deberá informarse al consumidor los medios de pago; el tiempo de entrega del bien o la prestación del servicio; el derecho de retracto y el procedimiento para ejercerlo, y cualquier otra información relevante que le permita al consumidor decidir libremente y sin ser inducido a error en la compra. (art 50.c)

Lo requisitos anteriores son señalados por el legislador en virtud de dotar al consumidor de seguridad, evitando así que mediante la virtualidad se promueva la venta de productos defectuosos, fraudulentos o inexistentes y que el consumidor tenga el conocimiento y herramientas necesarias para realizar la compra online y pueda hacerse una imagen de la compra que va a realizar.

En concordancia con lo anterior, el artículo 51 de la ley 1480 de 2011 reglamentado por el decreto 587 de 2016, regula el derecho a la reversión del pago cuando las ventas de bienes se realicen mediante mecanismos de comercio electrónico, tales como Internet, PSE y/o call center y/o cualquier otro mecanismo de televenta o tienda virtual, y se haya utilizado para realizar el pago una tarjeta de crédito, débito o cualquier otro instrumento de pago electrónico, el consumidor cuenta con 5 días hábiles siguientes a la fecha en que se tuvo conocimiento de la operación fraudulenta o no solicitada, o si debió haber recibido el producto y no ha llegado, o lo recibió defectuoso o sin que correspondiera a lo pedido, para solicitar la reversión del pago ante el proveedor, quien en conjunto con los demás participantes del proceso de pago, procederán a reversar la transacción al comprador.

De igual manera las disposiciones del Estatuto de protección al Consumidor expresan que las obligaciones contenidas en este, serán aplicables a los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan sus productos haciendo uso de medios electrónicos, lo

anterior confirma, que la norma colombiana no se aplica a aquellos empresarios que no cuenten con sucursales o filiales en el país y residan en el extranjero, quedando en situación de desprotección los consumidores colombianos que realicen compras en línea a proveedores y/o productores fuera del territorio nacional. La permeabilidad de seguridad y protección que le ofrece a los consumidores electrónicos la ley colombiana solo es aplicable si estas operaciones son realizadas dentro del territorio nacional.

7. Comparación entre el ordenamiento jurídico español y colombiano en materia de derecho de los consumidores en el comercio online, el derecho a la información previa

7.1 Convergencias y divergencias existentes entre el ordenamiento jurídico colombiano y español en lo referente al derecho a la información previa a la formalización del contrato en el comercio electrónico

Colombia, en la Ley 1480 de 2011, contempla el derecho a la información precontractual, en el artículo 50 inciso a, se plasma como primer deber de informar por parte del comerciante al consumidor su identidad, especificando el nombre, la razón social, y el número de identificación tributaria (NIT). La UE en la Directiva 2011/83 también contempla este requisito, en el artículo 6.1 literal b, se requiere la “identificación del comerciante” esta puede ser tomada como el nombre comercial o el nombre social o la marca de la empresa, o el número de identificación fiscal, cualquier término que sea necesario y permita la identificación clara del comerciante.

De igual manera, Colombia, en el artículo 50, inciso a, abarca la dirección de notificación judicial, el correo electrónico y el teléfono, además de cualquier otro dato de contacto que posea el comerciante (proveedor y expendedor). Con lo anterior, la ley 1480 de 2011 busca brindarle al usuario todos los medios necesarios para que este pueda comunicarse con el proveedor de forma rápida y eficaz, ya sea mediante su página web, redes sociales, correo electrónico etc. Por su parte, la UE adicionalmente solicita, en su artículo 6.1 literal c, con respecto a este requisito, el número de fax del comerciante.

Ambas normas objeto de comparación, la Directiva 2011/83/UE y la Ley 1480 de 2011 de Colombia, reflejan en sus disposiciones sobre información precontractual, el requisito de anexar las características esenciales de los bienes o servicios que el consumidor ha contratado. Colombia

hace especial énfasis en tales características, como el tamaño, el peso, la medida, el material del que está fabricado, su naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad, la cantidad, o cualquier otro factor pertinente, acompañado de fotografías, para que el consumidor pueda hacerse una imagen fehaciente de la realidad del producto.

En cuanto al requisito del precio en la información precontractual, Colombia plasma en el artículo 50 inciso c, que, al consumidor se le debe informar sobre el precio, incluidos los impuestos, los gastos de envío, entrega y transporte cuando proceda y una discriminación de cualquier costo o gasto para acceder a la adquisición del producto. La Directiva europea preceptúa de igual manera el precio, anexando que, si el precio no puede calcularse razonablemente con anterioridad, en razón a la naturaleza de los bienes o de los servicios, debe informarse la forma en que se determinará, así como también los gastos adicionales y cómo se van a señalar.

Seguidamente, la UE, contempla en sus disposiciones sobre el precio, que, cuando se trate de un contrato de duración indeterminada o de un contrato que incluya una suscripción, el precio incluirá el total de los costes por período de facturación, de igual manera indica que cuando dichos contratos se cobren con arreglo a una tarifa fija, el precio total también significará el total de los costes mensuales. Por último, anexa que en el caso de no ser posible calcular razonablemente el coste total con anterioridad, se indicará la forma en que se va a determinar el precio.

La Ley 1480 de 2011 en el artículo 50 inciso b, puntualiza las modalidades de pago, y el tiempo de entrega del bien o la prestación del servicio como requisito precontractual. La Directiva 2011/83/UE también expresa el requisito de indicar los procedimientos de pago y la fecha en que el comerciante se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación de los servicios, pero, en comparación a la ley colombiana, agrega como requisito, cuando proceda, que se indique el

sistema de tratamiento de las reclamaciones del comerciante (art 6 inciso g). Con respecto a lo anterior, la Directiva insta a informar al consumidor previamente el coste de la utilización de la técnica de comunicación a distancia por medio de la cual se celebrará el contrato, en caso de que dicho coste se calcule sobre una base diferente de la tarifa básica (art 6 inciso f).

Por otro lado, Colombia en el artículo 50 inciso b, también preceptúa que como requisito de información previa se deberá indicar el plazo de validez de la oferta, también deberá señalarse la disponibilidad del producto. Sin embargo, estos dos requisitos no se encuentran taxativamente en los requisitos de información previa de la Directiva 2011/83/UE. Por último, la ley 1480 de 2011 establece que, en los contratos de tracto sucesivo, se deberá informar su duración mínima, con respecto a lo anterior, el decreto 1499 de 2014, en el artículo 8 inciso 12 amplía el precepto, disponiendo que se deberá informar previamente las cláusulas y condiciones relativas a renovación automática, o, la permanencia mínima en contratos de tracto sucesivo. Al respecto de este requisito, la Directiva 2011/83/UE en el artículo 6.1 indica como requisito de información precontractual, indicar la duración del contrato, cuando proceda, o, si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución.

Seguidamente, la ley colombiana advierte como requisito de información precontractual el informarle al consumidor de la existencia del derecho de desistimiento o retracto y el procedimiento para ejercerlo (ley 1480 de 2011 art 50.c) y del derecho a la reversión del pago (decreto 1499 de 2014 art 8.10) del que gozan los consumidores, con respecto a lo anterior, la Directiva 2011/83/EU en el artículo 6.1 inciso h), i), j), y k) ordena informar al consumidor acerca de la existencia del derecho de desistimiento, las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer ese derecho, de igual manera es necesario hacerle saber al usuario sobre las situaciones donde debe asumir los costes de la devolución de los bienes en caso de desistimiento y, en el caso

de los contratos a distancia, cuando se trate de bienes que por su naturaleza no puedan devolverse normalmente por correo, debe informarse el coste de la devolución de los mismos.

De igual forma debe comunicarse al consumidor, que cuando ejercite el derecho de desistimiento tras la presentación de una solicitud relativa a la prestación de servicios, o el suministro de agua, gas, electricidad, calefacción. (art 7.3 y 8.8) el consumidor deberá abonar al comerciante unos gastos razonables. Por último, en caso de que así proceda, la indicación de que al consumidor no le asiste un derecho de desistimiento o, las circunstancias en las que el consumidor pierde el derecho de desistimiento, lo anterior debe ser informado al consumidor previamente a la formalización del contrato.

Otras disposiciones sobre información previa que debe ser informada al usuario, reglamentadas en la Directiva 2011/83/UE, pero que no se encuentran contempladas en la Ley colombiana, son las relativas a: la existencia de códigos de conducta; la existencia de asistencia posventa al consumidor, los servicios posventa y garantías comerciales; las obligaciones del consumidor que se deriven del contrato; la existencia y las condiciones de los depósitos u otras garantías financieras que el consumidor tenga que pagar o aportar; y la funcionalidad o interoperatividad de los contenidos digitales y la existencia de una garantía jurídica.

Finalmente, la Directiva europea contempla un requisito de información previa fundamental que no se encuentra plasmado en la Ley 1480 de 2011 de Colombia, ni en el decreto 1499 de 2014, el artículo 6.1 literal t de la Directiva 2011/83/UE, aclara que, se tendrá que informar al consumidor, la posibilidad de recurrir a un mecanismo no judicial de reclamación y recurso al que esté sujeto el comerciante y también se le deberá comunicar, los métodos para tener acceso al mismo.

Figura 1. Requisito de información previa fundamental

	COLOMBIA 	ESPAÑA 
CONCEPTO DE CONSUMIDOR		
Persona física	✓	✓
Persona jurídica	✓	✗
No consumidores: intermediarios, productores, transformadores y comercializadores	✓	✓
Fin ajeno a su actividad "profesional"/destinatario final	✓	✓
DERECHO A LA INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL		
Datos claros, veraces y suficientes	✓	✓
Identificación de proveedor	✓	✓
Dirección física y electrónica del proveedor, teléfono, medios de atención al consumidor	✓	✓
Características esenciales del producto y servicio	✓	✓
Precio -incluidos impuestos o cualquier otro gasto-	✓	✓
Modalidades de pago y tiempo de entrega del bien o prestación del servicio	✓	✓
Plazos de validez de la oferta	✓	✗
Disponibilidad del producto o servicio	✓	✗
Duración del contrato, condiciones y cláusulas de contratos de duración indeterminada y de renovación automática	✓	✓
Cualquier otra condición o característica relevante	✓	✓
Derecho de desistimiento o retracto	✓	✓
Derecho de reversión del pago	✓	✗
Existencia de códigos de conducta, y de asistencia posventa al consumidor	✗	✓
Obligaciones del consumidor derivadas del contrato	✗	✓
Garantía jurídica	✗	✓
Funcionalidad de los contenidos digitales	✗	✓
Remisión a medios alternativos de solución o resolución de conflictos	✗	✓
✓ = Sí lo contempla. ✗ = No lo contempla.		

8. Conclusiones

Primeramente, se evidencia una clara diferencia entre el concepto de consumidor en Colombia con respecto al de la Unión Europea. En efecto, el artículo 5, inciso 3, de la Ley 1480 DE 2011, contempla la posibilidad de personas jurídicas, sin embargo, la Directiva 2011/83/UE, sólo prevé como consumidor a las personas físicas. Tal definición por parte de la ley colombiana diferiría, en algunos casos, con el entendido de un derecho del consumo encaminado a la protección del consumidor por su debilidad o desventaja con respecto del proveedor/comerciante.

Seguidamente, se debe mencionar que la Ley colombiana no contempla, dentro de su información precontractual, la posibilidad de recurrir a órganos de arbitraje u otros medios de solución o resolución de conflictos entre consumidor y proveedor. Si bien, la Unión Europea en su Directiva 2011/83, artículo 6. 1, literal t, sí indica que se puede acudir a un mecanismo no judicial de reclamación y recurso al que esté sujeto el comerciante y se deben señalar los métodos para acceder a este. En consecuencia, es propicio que la normatividad colombiana, evitando una congestión en los organismos judiciales y una resolución más presta de las reclamaciones, prevea la posibilidad de recurrir a órganos de arbitraje.

Con respecto a los convenios internacionales suscritos por Colombia, aunque son un paso importante en la construcción de un comercio electrónico transfronterizo viable y de fácil acceso para los consumidores, y de igual manera se establece un marco en materia de protección a los consumidores en línea, lo cierto es, que al no disponerse cuestiones relativas al reconocimiento de derechos de los usuarios del comercio online en los diferentes convenios, se hace poco segura la inmersión de los consumidores en los negocios en la web, ya que no se contaría con una unidad de derechos en los diferentes ordenamientos jurídicos, por tanto existiría la posibilidad de que los usuarios no gozaran del derecho a la información precontractual ya que este no se estipula en los

convenios ratificados por Colombia. Por otro lado, la UE sí contempla derechos de los consumidores en línea, en consecuencia, sus preceptos son vinculantes y de obligatorio cumplimiento a los países miembros de la UE, incluyendo España

Resulta relevante mencionar, que el trabajo realizado por la Alianza del Pacífico en lo que respecta al comercio electrónico y a la protección de los consumidores, es un avance para la integración regional que requiere América latina en esta materia, armonizando disposiciones sobre derechos de los consumidores en la región, se estaría generando un campo seguro donde los usuarios puedan realizar operaciones en internet con países vecinos, ampliando así sus posibilidades de elección sin dejar de lado su seguridad; sin embargo, es una cuestión que los países de la región deben seguir trabajando en aras del beneficio de los consumidores.

Ahora, realizado el análisis de la normativa colombiana, se concluye que, los consumidores del comercio online cuentan con un relevante grado de protección en las operaciones realizadas solo dentro del territorio nacional; es decir, al usuario querer contratar un bien o servicio con un comerciante extranjero, la Ley colombiana pierde aplicación en virtud del principio de territorialidad; por consiguiente, es importante que se establezca un marco común regulatorio - como en el caso de la UE- que aborde de una misma forma la protección del consumidor en línea y que permita tener una mayor seguridad jurídica. En razón a lo anterior, una solución podría ser la Conferencia Ministerial (CM13), por medio de la cual, la OMC (organización mundial del comercio) busca solucionar estas disfunciones normativas, es posible que en el año 2024 se apruebe un texto de negociación refundido sobre el comercio electrónico, ya son 88 los países miembros de la OMC que participan en la iniciativa relativa al comercio electrónico, lo que significa que más del 90% de la totalidad de países miembros apoyan el proyecto.

Así, en la propuesta de Convenio Internacional existe ya un artículo sobre la protección de los consumidores en línea que dispone que los miembros deben adoptar o mantener medidas que eviten actividades comerciales que puedan inducir a error, al fraude o al engaño y que causen o amenacen causar daño a los consumidores. Tras la ratificación, los Países Miembros deberán adoptar o mantener medidas encaminadas a garantizar que los proveedores traten de manera justa y honesta a los consumidores, proporcionen información previa completa y precisa sobre los bienes y servicios ofertados y velen por la seguridad de las mercancías y, en su caso, de los servicios durante su uso normal o razonablemente previsible (Organización mundial del comercio, 2021). Con todo, se alcanzará un notable nivel de protección a los usuarios con la ratificación del anterior texto, e instará a que los países en vía de desarrollo como lo son los países de América latina refuercen y perfeccionen sus normativas internas sobre comercio electrónico, haciendo más seguro el tráfico del comercio online en los países de la región.

Referencias

- Aguirre, A., y Manasía Fernández, N. (2007). El comercio electrónico y su aporte socioeducativo. *Frónesis* 14 (1). http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-62682007000100003
- Arenas García, D. V. (2021). *Protección al consumidor en el comercio electrónico en Colombia*. Bucaramanga: [Trabajo de grado] Universidad Santo Tomás. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/32142/2021ArenasDiana.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Artículos 13.4, 13.5, 13.8, 13.6.1, 13.6.2, 13.6.3. (s.f.). http://www.sice.oas.org/trade/pac_all/index_pdf_s.asp
- Cárdenas, M. (2015). *Las garantías jurídicas de los usuarios del comercio electrónico*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Castro Vargas, P. A. (2022). *El comercio electrónico y la protección al consumidor*. Bogotá D.C.: Universidad Externado de Colombia. <https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/6866a315-9552-42bd-9826-a190b93d5895/content>
- Comisión Europea. (s.f.). *Acuerdo comercial UE-Colombia-Perú-Ecuador*. <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/content/acuerdo-comercial-ue-colombia-ecuador-peru>
- Dalgo, H. M. (2022). *Protección de datos en el comercio electrónico*. Bogotá: Ebooks.
- Decreto 1133. (2021). *Por el cual se modifica parcialmente el Capítulo 4 del Título 2 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector*

Comercio, Industria y Turismo, en lo referente a los sitios de Internet para la venta o martillo el. Ministerio de la presidencia.

Decreto 1499 . (2014). *Por el cual se reglamentan las ventas que utilizan métodos no tradicionales y las ventas a distancia. Artículo 8.* Ministerio de la presidencia.

Decreto 587. (2016). *Por el cual se adiciona un capítulo al libro 2 de la parte 2 del título 2 del Decreto Único del sector Comercio, Industria y Turismo, Decreto 1074 de 2015, y se reglamenta el artículo 51 de la Ley 1480 de .* Ministerio de la presidencia.

Gobierno de Colombia, Gobierno de Perú, Gobierno de Ecuador y Gobierno de la Unión Europea. (2012). *Acuerdo comercial entre la UE, Colombia, Ecuador y Perú. Capítulo 6, artículo 163.* [https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:22016A1224\(01\)&qid=1588594733909&from=E](https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:22016A1224(01)&qid=1588594733909&from=E)

Gobierno de la República de Colombia y el Gobierno de los Estados Unidos de América. (2019). *Acuerdo de promoción comercial entre Colombia y los Estados Unidos. capítulo 15, artículo 15.5.* [https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:22016A1224\(01\)&qid=1588594733909&from=E](https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:22016A1224(01)&qid=1588594733909&from=E)

Herrero Jiménez, M. (2016). *La protección del consumidor transfronterizo intracomunitario en el comercio electrónico.* [Tesis] Universidad de Extremadura. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=47257>

Herreros, S. (2019). La regulación del comercio electrónico transfronterizo en los acuerdos comerciales. Algunas implicaciones de política para América Latina y el Caribe. *Serie Comercio Internacional, N° 142 (LC/TS.2019/42), Santiago, Comisión Económica para*

América Latina y el Caribe (CEPAL).

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44667/S1900451_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ibarra, M. G. (2021). *Revolución del comercio electrónico transfronterizo*. Asuntos Legales: <https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/martin-gustavo-ibarra402454/revolucion-del-comercio-electronico-transfronterizo-3190220>

Jefatura del Estado. (2021). *Real Decreto-ley 23/2021, de medidas urgentes en materia de energía para la protección de los consumidores y la introducción de transparencia en los mercados mayorista y minorista de electricidad y gas natural. Artículo 5.*

Ley 1341. (2009). *Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones ?TIC?, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones*. Congreso de Colombia: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36913>

Ley 1480. (2011). *Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones*. Congreso de Colombia: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

Ley 2300. (2023). *Por medio del cual se establecen medidas que protejan el derecho a la intimidad de los consumidores*. Congreso de Colombia: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=213990#:~:text=L a%20presente%20ley%20tiene%20por,jur%C3%ADdicas%20que%20adelanten%20gestiones%20de>

- Ley 527. (1999). *Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.* Congreso de Colombia:
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4276>
- López Jiménez, D. (2022). Recensión. Derecho de los consumidores y comercio electrónico. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 12(23).
doi:<http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a12n23.745>
- Montoya Estébanez, M. (2019). *Evolución del comercio electrónico en España en los últimos años: El caso del sector bancario.* [Trabajo de Fin de Grado] Universidad de Valladolid.
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/41992/TFG-E-941.pdf?sequence=1>
- OECD. (2019). *Unpacking E-commerce Business Models, Trends and Policies.*
<https://doi.org/10.1787/23561431-en>
- Organización Mundial del Comercio (OMC) . (2023). *Los coorganizadores de las negociaciones sobre el comercio electrónico publicarán un texto de negociación actualizado.*
https://www.wto.org/spanish/news_s/news23_s/ecom_28jul23_s.htm
- Organización Mundial del Comercio (OMC). (2021). *Conversaciones sobre el comercio electrónico: se pulen dos artículos “fundamentales” y se examinan cuestiones de desarrollo.* https://www.wto.org/spanish/news_s/news21_s/jsec_12sep21_s.htm
- Organización Mundial del Comercio (OMC). (2022). *Las conversaciones sobre el comercio electrónico marcan una nueva etapa en las negociaciones.*
https://www.wto.org/spanish/news_s/news22_s/ecom_14jul22_s.htm
- Páez Rivera, Z. X. (2020). *Las nuevas tendencias del comercio electrónico a partir del estatuto de protección al consumidor.* [Trabajo De Grado] Universidad Militar Nueva Granada.

Universidad Militar Nueva Granada:

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/36840/PaezRiveraZulyXimena2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Parlamento Europeo y Consejo. (2011). *Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores. Artículo 2.1, 6, 6.1 inciso a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, o, p, q, r, s, t.*

Parlamento Europeo y Consejo. (2011). *Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores. Considerando 19, 34.*

Parlamento Europeo y Consejo. (2019). *Directiva 2019/770/UE relativa a determinados aspectos de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales. Considerando 42.*

Parlamento Europeo y el Consejo. (2000). *Directiva 2000/31/CE. relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior. considerando 3.*

Peña Valenzuela, D. (2019). *Dos décadas de la Ley de comercio electrónico en Colombia.*
<https://dernegocios.uexternado.edu.co/comercio-electronico/dos-decadas-de-la-ley-de-comercio-electronico-en-colombia/>

Pérez, J. R. (2020). *Factores determinantes en la creación de modelos de comercio electrónico, Bussines to Costumer (B2C).* [Tesis Doctoral] Universidad a Distancia de Madrid.
<https://udimundus.udima.es/bitstream/handle/20.500.12226/533/TESIS%20FACTORES%20DETERMINANTES%20EN%20LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20MODELO%20DE%20COMERCIO%20ELECTR%C3%93NICO%20B2C.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Real Decreto Legislativo 1. (2007). *Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Artículo 97, 97.1, 97.1 inciso C, F, N.* Ministerio de la presidencia.

Resolución 18812. (2020). *Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter general con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores. Artículo 1.*

Ministerio de comercio, industria y turismo.

Salinas Ramírez, V. E., & Rodriguez Forero, A. P. (2023). *Protección al consumidor dentro del comercio electrónico en Colombia.*

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/25507/TRABAJO%20DE%20INVESTIGACION-PROTECCION%20AL%20CONSUMIDOR%20%282%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sistema de Información de Comercio Exterior (SICE). (s.f.). *Sobre la base de Organización de Estados Americanos.* www.sice.oas.org

Somalo, I. (2018). *El comercio electrónico, una guía completa para gestionar la venta online.* Madrid: ESIC.

Unión Europea. (s.f.). *Tipos de legislación.* Obtenido de https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/law/types-legislation_es