

Los derechos del consumidor frente al comercio electrónico: un tema sin fronteras, análisis desde el derecho colombiano

Eva del Pilar Plata Sarmiento

Abogada, especialista en Derecho Administrativo, maestría en Derecho (curso) por la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga, Colombia. Doctorado Derecho (en curso), Universidad Externado de Colombia. Correo electrónico: platasarmiento@gmail.com

María Alejandra Castro Galán

Abogada, especialista en Derecho Constitucional, maestría en Derecho (en curso) por la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga, Colombia. Correo electrónico: alejac_7@hotmail.com

Resumen

En los derechos del consumidor, frente al comercio electrónico en Colombia, es importante tener en cuenta los desarrollos legislativos que se han venido gestando alrededor de estos, para ello se toma como referencia en primer lugar, lo dispuesto por la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor), que en relación con el consumidor en su artículo 5, numeral 3 presenta una definición, que será sobre la cual se esbozaran los derechos referentes al consumidor del comercio electrónico, los cuales encuentran su planteamiento a partir del artículo 49 de la citada normativa.

El comercio electrónico, es la puerta que da paso a analizar nuevas tendencias frente a las tradicionales instituciones del derecho, debido a la entrada masiva de consumidores que utilizan herramientas tecnológicas para la satisfacción de sus intereses, este es un tema que se presenta actualmente con grandes implicaciones dentro de las formas de compraventa de productos que se emplean a través de medios electrónicos. El comercio electrónico, se encuentra reglamentado en Colombia a través de la Ley 527 de 1999, (Ley General de Comercio Electrónico), la cual se ha apoyado en modelos internacionales, tal y como lo fue en la “Ley Modelo” (CNUDMI, 1996) de la CENUDMI sobre comercio electrónico de 1996.

Palabras clave: Derechos del consumidor, comercio electrónico, consumidor de comercio electrónico.

Abstract

Within consumer rights that Colombian electronic commerce is facing, it is important to take into account the legislative developments that have been taking place around them. In order to do so, it is critical to start mainly from the provisions of the 1480 Act, 2011 (Consumer Statute), which in relation to the consumer in Article 5, paragraph 3 provides a definition that will be the base upon which rights are raised relating to e-commerce consumer, since it will be the delimitation of the way in which a personal, private, domestic, or entrepreneurial satisfaction might take place. Those rights base its approach on Article 49 of the aforementioned regulations.

Electronic commerce is the leading gate to the analysis of trends over the traditional institutions of law. Due to the massive influence of consumers using technological tools to satisfy their interests, this is an issue that is currently presented with major implications within the ways of sale of products used by electronic means. Electronic commerce is regulated in Colombia through Law 527 of 1999, (General Law of Electronic Commerce), which is supported by international models, as for instance, the “Model Law” of CENUDMI on eCommerce 1996.

Keywords: Consumer rights, electronic commerce, e-commerce consumer.

Résumé

Dans les droits des consommateurs contre le commerce électronique en Colombie, il est important de tenir compte des évolutions législatives qui ont été de brassage autour d’eux, car il est référencé en premier lieu, comme prévu par la loi 1480 de 2011 (Statut des consommateurs), qui par rapport à la consommation à l’article 5, paragraphe 3 fournit une définition, qui sera sur les droits des consommateurs concernant le commerce électronique ont été soulevées, qui a trouvé son approche sur l’article 49 de la cette législation.

E-commerce, est la porte qui mène à analyser les tendances sur les institutions traditionnelles du droit, en raison de l’afflux massif des consommateurs en utilisant des outils technologiques pour satisfaire leurs intérêts, cela est une question qui est actuellement présenté avec des implications majeures dans les formes de vente de produits utilisés par des moyens électroniques. Le commerce électronique est réglementée en Colombie par le droit 527 de 1999 (loi générale sur le commerce électronique), qui a compté sur les modèles internationaux, comme il était dans la “Loi type” (CNUDCI 1996) de l’e-commerce CENUDMI 1996.

Mots-clés: Droits des consommateurs, E-commerce, e-commerce à la consommation.

Los derechos del consumidor frente al comercio electrónico: un tema sin fronteras, análisis desde el derecho colombiano*

*Eva del Pilar Plata Sarmiento
 María Alejandra Castro Galán*

INTRODUCCIÓN

Hacer mención del tema del comercio electrónico necesariamente nos lleva a reflexionar acerca de las nuevas formas de contratación, las cuales dinamizan los mercados y permiten que en menor tiempo se lleve a cabo la satisfacción de necesidades particulares, así como la de productores o comerciantes, quienes de antemano pueden prever las condiciones generales de contratación, definición de intereses y políticas de prevención frente a conflictos eventuales.

En el presente escrito se abordará, en primera instancia, el estudio de las normas que regulan el tema en Colombia, situación que se estudiará a partir del desarrollo del concepto genérico de consumidor, puesto que es reconocido constitucionalmente como derecho colectivo a partir del año de 1991 y ha recibido una especial atención en cuanto a la regulación de su protección. En segundo lugar, se presentará, de manera general, el tratamiento dado a la cuestión denominada comercio electrónico, una nueva forma de negociación que revoluciona el mundo teniendo en cuenta su relación con la evolución tecnológica que a diario nos envuelve.

Después de analizados los temas anteriores, se abordará el referente al tratamiento del consumidor de comercio electrónico en Colombia, mostrando cómo la legislación actual ha estado motivada por desarrollos normativos internacionales que buscan preservar los derechos del consumidor, y que, por ende, se materialicen, puesto que

* El artículo es resultado del proyecto de investigación: Cláusulas abusivas en los contratos de condiciones generales: una revisión a las formas. Grupo de Investigación Neoconstitucionalismo y Derecho. Quinta Convocatoria Interna Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga, Colombia.

a pesar de tratarse de una relación virtual o de ausencia de presencia física, no debe ser óbice para velar de manera incansable por la creación de verdaderos mecanismos que permitan el respeto de los derechos reconocidos a quienes optan por este medio de negociación.

NORMAS QUE HAN REGULADO LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN COLOMBIA. EVOLUCIÓN DE LA LEGISLACIÓN INTERNA

En 1971 se expide en Colombia una normativa específica, el Decreto 2416 de 1971¹. (Estatuto Nacional de Normas y Calidades, Pesas y Medidas) dentro del cual se define la estructura de la normalización técnica en Colombia y se crea el Consejo Nacional de Normas y Calidades, que desarrolla aspectos relativos al tema de la defensa de los derechos del consumidor, tales como: estudio de las normas técnicas de calidad del desarrollo productivo en Colombia, acreditación de organismos que realicen control frente a los productos ofrecidos a consumidores, y establece disposiciones encaminadas al logro del grado óptimo respecto a problemas potenciales que puedan darse en relación con la defensa de los derechos del consumidor en cuanto a la calidad de los productos.

Años después, se expidió la Ley 9 de 1979², a través de la cual se consagraron medidas para la protección del medio ambiente, se reglamentaron las actividades y competencias de salud pública para asegurar el bienestar de la población, desarrollando temas como: suministro de agua, salud ocupacional, saneamiento de edificaciones, alimentos, desastres, artículos de uso doméstico, medicamentos, cosméticos, entre otros, esta norma se relaciona con la defensa de los derechos del consumidor, en todo lo concerniente a la salud como derecho y deber del Estado y de los mismos particulares.

Más adelante, entra en vigencia la Ley 73 de 1981³ “la cual determinó la intervención del Estado en la distribución de bienes y servicios para la defensa del consumidor, y el Congreso, de manera extraordinaria otorgó al poder Ejecutivo facultades temporales para regular la protección al consumidor en los temas señalados taxativamente” (Ossa, 2010, p. 213).

Dentro de la presente ley (Ley General del Consumo) se instauró el control de la distribución o venta de bienes y servicios, y el establecimiento de las sanciones y procedimientos desarrollando temas como: mecanismos y procedimientos administrativos para establecer la responsabilidad de los productores, creación de organismos de orden administrativo y jurisdiccional, condiciones para la venta de

1 Por el cual se define la estructura de la normalización técnica en Colombia y se crea el Consejo Nacional de Normas y Calidades.

2 Por la cual se dictan Medidas Sanitarias.

3 Por la cual el Estado interviene en la distribución de bienes y servicios para la defensa del consumidor, y se conceden unas facultades extraordinarias.

bienes y prestación de servicios mediante sistemas de financiación, responsabilidad de los productores por las marcas y leyendas que exhiban los productos o por la propaganda comercial de estos, reglas especiales de responsabilidad para la prestación de servicios que requieran el depósito de bienes de propiedad de los usuarios, obligatoriedad para todos los proveedores y expendedores de fijar en forma pública el precio de los bienes y servicios, entre otros, que se consideran relevantes frente a la defensa del consumidor en Colombia, quedando a cargo del poder ejecutivo la protección del mismo.

No siendo suficientes las normas referidas, y ante la necesidad de constituir un ordenamiento específico que pudiera regular el tema de los derechos y deberes que le son atribuidos al consumidor, se expidió el Decreto 3466 de 1982⁴ como el primer Estatuto General del Consumidor, a través del cual se establecieron 48 artículos que definieron temas asociados con los derechos del consumidor y se estableció un concepto del mismo en el artículo 1 literal c⁵, dando una primera noción dentro de la legislación colombiana acerca del concepto de consumidor.

Poco después, haciendo también uso de las facultades excepcionales conferidas por la Ley 73 de 1981, se expidieron los Decretos 3467⁶ y 3468⁷, ambos del año 1982, por medio de los que se dictan normas relativas a las ligas y asociaciones de consumidores, y se organiza el Consejo Nacional de Protección al Consumidor. Posteriormente, con el Decreto 2876 de 1984⁸ se dictaron normas de control de precios, y con el Decreto 1009 de 1988⁹ se crearon y organizaron los consejos departamentales de Protección al Consumidor (Ossa, 2010, p.214-215).

Es así, que en Colombia, el derecho del consumo se ha ido aplicando con mayor intensidad con el paso del tiempo, debido al aumento de las relaciones comerciales. Por ende, se han expedido leyes con el fin de dar protección especial a estos derechos, los cuales se han elevado a rango constitucional y a partir de la entrada en vigencia de la Constitución Política de 1991, se señala dicha protección en su artículo 78¹⁰.

4 Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones.

5 Consumidor: Toda persona, natural o jurídica, que contrate la adquisición, utilización o disfrute de un bien o la prestación de un servicio determinado, para la satisfacción de una o más necesidades.

6 Por el cual se dictan unas normas relativas a las ligas y asociaciones de consumidores.

7 Por el cual se crea y organiza el Consejo Nacional de Protección al Consumidor.

8 Sobre control de precios.

9 Por la cual se crean y organizan los consejos departamentales de Protección al Consumidor y el Consejo Distrital de Protección al Consumidor.

10 La cual dicta: “La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos”.

La inclusión constitucional de los derechos de los consumidores se toma en forma algo tardía, ya que existían para ese momento algunos países que preveían en sus disposiciones constitucionales esta protección (Gómez, 2004, p. 95). Se hace alusión entonces a España y Brasil, como ejemplo de dos países que contemplaron la protección los derechos del consumidor antes de 1991. En el caso de España está la Constitución de 1978, artículo 51¹¹, que consagra la defensa de los consumidores, se otorgan facultades a los poderes públicos en lo referente a la protección de sus derechos; más adelante y con el fin de dar cumplimiento a dicho mandato, se promulga la Ley 26 de 1984 (Ley General para la Defensa de los Derechos de Consumidores y Usuarios), que buscaba establecer procedimientos para la defensa de los derechos del consumidor, disponer de un marco adecuado que abordara los derechos de un sujeto de estas calidades y demás actuaciones encaminadas a su protección.

En Brasil en 1974, se crea el Consejo de Defensa del Consumidor en Río de Janeiro, y en 1976, la Asociación de Protección del Consumidor, en Porto Alegre y el Sistema Estadual de Protección del Consumidor, en Sao Paulo; estos se crearon con el fin de proteger los derechos del consumidor y agrupar de alguna manera todos los temas que surgieran alrededor de un solo sistema normativo y de una regulación necesaria para cada uno de estos.

En el caso de Uruguay, Chile y Argentina, el proceso de la aprobación de los derechos del consumidor al igual que en Colombia fue tardío y se dieron después de 1991. Ahora bien, dejando de un lado aquella normativa internacional que de alguna manera disponía de esta protección en su legislación antes de la entrada en vigencia de la Constitución Política de Colombia de 1991 y retomando el desarrollo que se ha dado frente a la defensa de estos derechos, a continuación se seguirá describiendo la legislación nacional al respecto.

Tomando como referencia las tratativas que dieron paso a la entrada en vigencia de la Constitución de 1991, el tema de protección al consumidor tuvo nuevos desarrollos a partir de los Decretos 2151¹² y 2153 de 1992¹³, a través de los cuales se reestructura y se atribuyen funciones de protección al consumidor, al Ministerio de Desarrollo Económico y Social y a la Superintendencia de Industria y Comercio, quedando encargada esta última en Colombia de la protección al consumidor en general, lo cual se concreta a partir de la expedición del nuevo Estatuto del Consumidor.

11 Defensa de los Consumidores. 1. Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos. 2. Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a estas en las cuestiones que puedan afectar a aquellos, en los términos que la ley establezca. 3. En el marco de lo dispuesto por los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales.

12 Por el cual se dictan disposiciones para la adaptación laboral de los servidores públicos a quienes se les suprima el empleo como consecuencia del desarrollo del Artículo Transitorio 20 de la Constitución Política.

13 Por el cual se reestructura la Superintendencia de Industria y Comercio y se dictan otras disposiciones.

Es importante anotar también, que para el año 2009, mediante la Ley 1328¹⁴ (Estatuto del Consumidor Financiero) se establecen derechos al consumidor financiero en temas referentes al derecho de información, recibir la atención adecuada, la debida diligencia en la prestación del servicio, realizar pagos anticipados sin ningún tipo de penalización, entre otros (Ley 1328 de 2009, art. 5), y se señala la prohibición expresa de incorporar cláusulas abusivas en los contratos de adhesión (Ley 1328 de 2009, art. 11, Cap. V), celebrados para tal fin.

Es así, que el amparo a los derechos del consumidor¹⁵ ha ido evolucionando y actualmente, se cuenta, como se citó líneas atrás, con la Ley 1480 de 2011, que trata entre otros, el tema de la defensa de sus derechos, consignación de deberes, procedimiento administrativo, participación como ciudadanos y lo concerniente al comercio electrónico en forma puntual.

El comercio electrónico ha sido un tema que en Colombia, tal como sucede con otras materias, cuenta con disposiciones que se desarrollan en otros países de una forma más amplia y rigurosa, tal es el caso de la Directiva 2000-31-CE¹⁶ del Parlamento Europeo y del Consejo (Directiva del Comercio Electrónico) –sociedad de la información–, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior. Esta Directiva se toma como pauta en la legislación del comercio electrónico en Colombia, ya que internacionalmente (Unión Europea) se considera el mercado de consumo más grande del mundo, por lo tanto dicha Directiva se reconoce como reforzadora de la seguridad jurídica del comercio electrónico, no obstante, ser reconocida internacionalmente, su aplicación es restringida teniendo sus propias reglas, sin perjuicio de otras organizaciones internacionales.

Por consiguiente, es necesario precisar que la normatividad sigue siendo escasa y los desarrollos en la materia incipientes, a pesar de existir una regulación específica del tema, tal como se muestra a continuación.

El comercio electrónico en Colombia, otra forma de negociación

En este punto se destaca que se cuenta en la actualidad con la Ley 527 de 1999¹⁷, cuyo desarrollo está apoyado en la base de la Ley Modelo (CNUDMI, 1996) de la CENUDMI sobre comercio electrónico de 1996, la cual se implementó en nuestro

14 Por la cual se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones.

15 La tutela jurídica de los derechos de los consumidores es más necesaria en la medida que se avanza el desarrollo de una economía sin fronteras, donde las transacciones se hacen de manera masiva, a través de nuevas formas de poder económico [...] que muestran la aplicación de la autonomía de la voluntad desde otras aristas (Arrubla, 2004).

16 Relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior. A través de esta Directiva se toma para Colombia la explicación de los aspectos jurídicos de los servicios de la “sociedad de la información”.

17 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.

ordenamiento colombiano, con la finalidad de soportar jurídicamente el comercio a través de los medios electrónicos. Pese a que la ley modelo se toma como referencia para la regulación en la Ley 527 de 1999, esta última cambia y amplía un aparte del ámbito de aplicación, en su artículo 1¹⁸ de la siguiente manera: “La presente ley será aplicable a *todo tipo de información en forma de mensaje de datos*”, situación que en la Ley Modelo de la CENUDMI, en su artículo 1¹⁹ se regula así: “La presente Ley será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos utilizada en el contexto de actividades comerciales”. La Ley 527 de 1999 es la norma vigente frente a la regulación de las actividades que se relacionen con el comercio electrónico en Colombia, además de las normas especiales que sobre el tema han sido promulgadas, como ejemplo, se cita la Ley del Consumidor Financiero, Ley 1328 de 2009²⁰, en la cual se establecieron derechos, obligaciones y algunos conceptos relacionados con la protección al consumidor financiero.

De igual forma, la Ley 527 de 1999 tiene como antecedente de su expedición, establecer una regulación que permitiera dar respuesta a las necesidades de los consumidores que dejaban de lado las compraventas personales, para realizar ahora negociaciones electrónicas, de ahí que se cuenta con una definición de cuáles son los presupuestos para entender una actividad de comercio electrónico, definida esta en el artículo 2 literal b²¹ de la ley en mención, donde se presenta, como una actividad de índole comercial.

Además de señalarse lo que significa el comercio electrónico en esta normativa, las formas de entenderlo en su aplicación, la protección al consumidor ocupa un lugar prioritario, tal y como lo afirma Ibanchí (2008) en su artículo: Protección al consumidor en su entorno digital: “La Ley 527 de 1999 se aplica a las actividades relacionadas con el comercio electrónico y, por lo tanto, no es ajena a la protección del consumidor en ese entorno” (p. 417). Es decir, que la ley en mención además de aplicarse a todas las actividades de comercio electrónico, le da prioridad a la protección del consumidor, tal y como lo establece en su artículo 46²², designando

-
- 18 La presente Ley será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos...
- 19 La presente Ley será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos utilizada en el contexto de actividades comerciales.
- 20 Por la cual se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones.
- 21 Comercio electrónico. Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera.
- 22 Prevalencia de las leyes de protección al consumidor. La presente ley se aplicará sin perjuicio de las normas vigentes en materia de protección al consumidor.

claramente la prevalencia de todas las normas vigentes referentes al consumidor sobre esta de comercio electrónico.

La Ley 527 de 1999 tiene una tendencia hacia el establecimiento de una normatividad para la utilización de la infraestructura de clave pública por el uso de una firma digital con certificado proveído por una entidad de certificación, también sirve de base para proteger al consumidor virtual o digital, pues frente a un conflicto entre la ley y las normas del consumidor prevalecerán estas últimas. De hecho, las actividades propias de las que se nutre el consumidor se amplían a través de la definición de comercio electrónico que introduce la ley y adicionalmente la contratación electrónica no es ajena a la relación de consumo (Ibanchí, 2008, p. 418).

Este tema continúa siendo objeto de críticas y de aplausos por parte de quienes han decidido tomar una posición frente a esta forma comercial de realizar actividades de intercambio, y proponen diferentes definiciones que permiten dar una mayor claridad al contenido del comercio electrónico; Erick Rincón Cárdenas en la introducción de su libro *Contratación electrónica* (2006) expresa lo siguiente:

El concepto del comercio electrónico involucra transacciones comerciales efectuadas por medios electrónicos y se desarrolla a través de redes mediante la relación entre oferta y demanda, para lo que se utilizan herramientas electrónicas e informáticas. De igual forma, debe señalarse que cada día y con mayor habitualidad es relevante el importante incremento de las ventas o subastas realizadas por vías de internet (p. 25).

De igual manera, el autor Ernesto Rengifo García (2000) expresa frente al comercio electrónico que:

Este consiste en el intercambio de información entre personas, que da lugar a una relación comercial, y conlleva la entrega en línea de bienes intangibles o en un pedido electrónico de bienes tangibles. Este intercambio de datos puede ser *multimedial* o consistir en imágenes, textos y sonidos (p. 212).

Esta definición agrega nuevos conceptos que corresponden al de intercambio de datos *multimedial*, haciendo referencia a aquel intercambio de información a través de varios medios (texto, arte gráfico, sonido, animación, video) de manera simultánea, para compra-venta de un bien o servicio, en el caso del comercio electrónico que llega a través de una computadora o de otro medio electrónico. Otras formas de realizar negociaciones, resultado precisamente de los avances que en torno de las nuevas tecnologías y de la rapidez de dar respuesta a las necesidades del consumidor se vienen presentando.

Y es así que se presentan posturas en las cuales el ámbito para el desarrollo del comercio electrónico se aumenta; para la autora Andrea Sarra (2000) el comercio electrónico es: “un concepto amplio que involucra cualquier transacción comercial realizada por medios electrónicos, es decir que incluiría medios tales como el fax, el télex, el teléfono, los EDI (Electronic Data Interchange) e Internet” (p. 271).

Melba Rocío Pérez (2003) señala que el Comercio Electrónico se conoce “como la compra de productos o servicios por Internet; el intercambio de activos o cantidades entre entidades financieras, consulta de información con fines comerciales, en fin, una serie de actividades comerciales realizadas por medios electrónicos” (p. 151). Otro aporte acerca del concepto de comercio electrónico lo plantea el Grupo de Estudios en “Internet”, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática de la Universidad de los Andes en su texto “Comercio electrónico”:

El comercio electrónico es tan solo una modalidad mercantil que busca agilizar las relaciones comerciales existentes entre personas que se encuentran distantes, y para ello, es necesario que se disminuya la incertidumbre jurídica derivada de la forma como se desarrolla dicha modalidad (Gecti, 2005, p. 2).

Ahora bien, de acuerdo con la anterior descripción de una noción de comercio electrónico dada en la doctrina y en la ley, se puede concluir que todos los autores referidos coinciden en establecerlo como una transacción o actividad comercial realizada a través de cualquier medio para transmisión de mensajes de datos u otro mecanismo de esta índole, y que al igual que como se estipula en la Ley 527 de 1999, esta actividad comercial reúne las mismas características de cualquier otra relación de intercambio de bienes o servicios, sea esta o no contractual, pero bajo condicionamientos de responsabilidad para las partes frente a la falta de respuesta a las obligaciones derivadas de la utilización de esta forma de operación.

Precisamente, en razón de las exigencias de una normativa según los desarrollos presentados, y en el contexto del comercio electrónico con las nuevas formas de comunicación de mensajes de datos, se hizo necesario por parte del Congreso de la República la expedición de una norma que diera respuesta a temas como el presente, que a pesar de contar como se señaló con una normativa, esta tenía ya la necesidad de actualización en razón de los retos de la tecnología y cambios actuales en el mundo de la información. En este sentido, se hace mención de la Ley 1480 de 2011 que dedica el capítulo VI, al tema de protección al consumidor de comercio electrónico, específicamente en el artículo 49²³.

El consumidor de comercio electrónico

En este tema el consumidor se convierte en el protagonista para dar paso a esta clase de negociaciones digitales, toda vez que dependiendo del grado de confianza así será su volumen. Es así, que en la Ley 1480 de 2011 se hace referencia expresa a la protección del consumidor de comercio electrónico, del cual es relevante

23 Artículo corregido por el art. 4 del Decreto 2184 de 2012. El nuevo texto es el siguiente: “Sin perjuicio de lo establecido en el literal b) del artículo 2 de la Ley 527 de 1999, se entenderá por comercio electrónico la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concertados a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios”.

mencionar aquellos derechos específicos que le son atribuidos, y que el artículo 50²⁴ expone claramente. Dentro de estos, se destaca el deber de información para con el consumidor, por parte de aquellos proveedores o expendedores de productos a través de medios electrónicos y se reitera sobre el manejo seguro de aquellos mecanismos a través de los cuales se adquiere la información general del consumidor, a su vez, se hace mención de la calidad de los productos, la responsabilidad frente al incumplimiento de cualquiera de las partes, en fin, se especifica el régimen aplicable respecto de las relaciones negociables llevadas a cabo a través de los medios digitales o sistema de datos.

Seguidamente, en el artículo 51²⁵ se menciona la reversión de pago, donde

24 Sin perjuicio de las demás obligaciones establecidas en la presente ley, los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos, deberán: a) Informar en todo momento de forma cierta, fidedigna, suficiente, clara, accesible y actualizada su identidad, especificando su nombre o razón social, número de identificación tributaria (NIT), dirección de notificación judicial, teléfono, correo electrónico y demás datos de contacto. b) Suministrar en todo momento información cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada respecto de los productos que ofrezcan. c) Informar, en el medio de comercio electrónico utilizado, los medios de que disponen para realizar los pagos, el tiempo de entrega del bien o la prestación del servicio, el derecho de retracto que le asiste al consumidor y el procedimiento para ejercerlo, y cualquier otra información relevante para que el consumidor pueda adoptar una decisión de compra libremente y sin ser inducido en error. d) Publicar en el mismo medio y en todo momento, las condiciones generales de sus contratos, que sean fácilmente accesibles y disponibles para su consulta, impresión y descarga, antes y después de realizada la transacción, así no se haya expresado la intención de contratar. e) Mantener en mecanismos de soporte duradero la prueba de la relación comercial, en especial de la identidad plena del consumidor, su voluntad expresa de contratar, de la forma en que se realizó el pago y la entrega real y efectiva de los bienes o servicios adquiridos, de tal forma que garantice la integridad y autenticidad de la información y que sea verificable por la autoridad competente, por el mismo tiempo que se deben guardar los documentos de comercio. f) Adoptar mecanismos de seguridad apropiados y confiables que garanticen la protección de la información personal del consumidor y de la misma transacción. g) Disponer en el mismo medio en que realiza comercio electrónico, de mecanismos para que el consumidor pueda radicar sus peticiones, quejas o reclamos, de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de la radicación, incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento. h) Salvo pacto en contrario, el proveedor deberá haber entregado el pedido a más tardar en el plazo de treinta (30) días calendario a partir del día siguiente a aquel en que el consumidor le haya comunicado su pedido.

25 Cuando las ventas de bienes se realicen mediante mecanismos de comercio electrónico, tales como Internet, PSE o Call Center 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, los participantes del proceso de pago deberán reversar los pagos que solicite el consumidor cuando sea objeto de fraude, o corresponda a una operación no solicitada, o el producto adquirido no sea recibido, o el producto entregado no corresponda a lo solicitado o sea defectuoso. Para que proceda la reversión del pago, dentro los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha en que el consumidor tuvo noticia de la operación fraudulenta o no solicitada o que debió haber recibido el producto o lo recibió defectuoso o sin que correspondiera a lo solicitado, el consumidor deberá presentar queja ante el proveedor y devolver el producto, cuando sea procedente, y notificar de la reclamación al emisor del instrumento de pago electrónico utilizado para realizar la compra, el cual, en conjunto con los demás participantes del proceso de pago, procederán a reversar la transacción al comprador.

En el evento que existiere controversia entre proveedor y consumidor derivada de una queja y esta fuere resuelta por autoridad judicial o administrativa a favor del proveedor, el emisor del instrumento de pago, en conjunto con los demás participantes del proceso de pago, una vez haya sido notificado de la decisión, y siempre que ello fuere posible, cargará definitivamente la transacción reclamada

establece el procedimiento a seguir en caso de que el consumidor descubra algún tipo de fraude en medio del negocio electrónico, o cuando las condiciones del producto a entregar no fueron las negociadas, o no se cumpla con lo contratado, imponiendo de manera expresa el deber de actuar de buena fe de ambas partes, esto es el proveedor y consumidor, toda vez que de comprobarse la existencia de prácticas que contraríen este principio se verán avocados a la imposición de sanciones. Luego, el artículo 52²⁶ establece la obligación de autorización por los padres de familia, para aquellos niños, niñas o adolescentes que quieren adquirir un producto a través de medios electrónicos, en otras palabras, el proveedor está en la obligación de conocer la edad de la persona a la cual ofrece sus servicios comerciales en el mundo electrónico, pues los regímenes respecto de la capacidad de ejercicio permanecen incólumes y se deben garantizar en razón de los elementos esenciales que dan vida a las obligaciones respecto de esta clase de negociación por los medios digitales.

El artículo 53²⁷ menciona los requisitos a tener en cuenta para aquellos que pongan a disposición de las relaciones negociables una plataforma virtual, en la que las personas puedan ofrecer sus productos o servicios, de tal manera que se cuente con los datos básicos de identificación que permitan hacer efectivas las medidas frente a cualquier situación que pueda poner en riesgo los intereses de las partes; finaliza este capítulo con el artículo 54²⁸, y el tema de la posibilidad de imposición de medidas cautelares por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio cuando quiera que exista indicios graves de que se están afectando los derechos de los consumidores.

al depósito bancario o instrumento de pago correspondiente o la debitará de la cuenta corriente o de ahorros del consumidor, y el dinero será puesto a disposición del proveedor. De no existir fondos suficientes o no resultar posible realizar lo anterior por cualquier otro motivo, los participantes del proceso de pago informarán de ello al proveedor, para que este inicie las acciones que considere pertinentes contra el consumidor. Si la controversia se resuelve a favor del consumidor, la reversión se entenderá como definitiva.

Lo anterior, sin perjuicio del deber del proveedor de cumplir con sus obligaciones legales y contractuales frente al consumidor y de las sanciones administrativas a que haya lugar. En caso de que la autoridad judicial o administrativa determine que hubo mala fe por parte del consumidor, la Superintendencia podrá imponerle sanciones de hasta cincuenta salarios mínimos legales mensuales vigentes.

- 26 Cuando la venta se haga utilizando herramientas de comercio electrónico, el proveedor deberá tomar las medidas posibles para verificar la edad del consumidor. En caso de que el producto vaya a ser adquirido por un menor de edad, el proveedor deberá dejar constancia de la autorización expresa de los padres para realizar la transacción.
- 27 Quien ponga a disposición una plataforma electrónica en la que personas naturales o jurídicas puedan ofrecer productos para su comercialización y a su vez los consumidores puedan contactarlos por ese mismo mecanismo, deberá exigir a todos los oferentes información que permita su identificación, para lo cual deberán contar con un registro en el que conste, como mínimo, el nombre o razón social, documento de identificación, dirección física de notificaciones y teléfonos. Esta información podrá ser consultada por quien haya comprado un producto con el fin de presentar una queja o reclamo y deberá ser suministrada a la autoridad competente cuando esta lo solicite.
- 28 La Superintendencia de Industria y Comercio, de oficio o a petición de parte, podrá imponer una medida cautelar hasta por treinta días calendario, prorrogables por treinta días más, de bloqueo temporal de acceso al medio de comercio electrónico, cuando existan indicios graves que por ese medio se están violando los derechos de los consumidores, mientras se adelanta la investigación administrativa correspondiente.

Si bien es cierto existe en Colombia un ordenamiento jurídico que se encarga de regular el tema del consumidor de comercio electrónico, tal como ha sido tratado, este no resulta suficiente si no se toma conciencia por parte de quienes intervienen en esta clase de negociaciones, pues el establecimiento de las normas se hace efectivo cuando su materialización se logra a través de prácticas de acuerdo con el respeto del otro, lo cual encuentra asidero desde la Constitución Nacional en el principio de la Dignidad Humana, y es a partir de allí, que hallan soporte todas las actividades comerciales tendientes a una verdadera satisfacción de intereses entre las partes involucradas.

Es así que es importante mencionar la siguiente sentencia colombiana muy importante en el tema del comercio electrónico y los derechos del consumidor virtual, la Sentencia C-1147 de 2001²⁹ que trata el tema de la actividad económica por Internet, hace la siguiente aclaración respecto a los derechos que le conciernen al consumidor virtual aclarando que estos son los mismos que la Constitución establece, ya que en Internet así exista una realidad virtual, lo mismo no puede pasar con los derechos.

En este nuevo escenario tecnológico, en pleno desarrollo, los mandatos expresados en la Carta Política cobran un significado sustancial que demanda del juez constitucional la protección de los derechos reconocidos a todas las personas, pues se trata de garantías que también resultan aplicables en ese ámbito. En Internet puede haber una realidad virtual pero ello no significa que los derechos, en dicho contexto, también lo sean. Por el contrario, no son virtuales: se trata de garantías expresas por cuyo goce efectivo en el llamado “ciberespacio” también debe velar el juez constitucional (Corte Constitucional, Sala Plena, Sentencia C-1147 de 2001).

Dentro de los derechos establecidos en la Constitución Política de Colombia, los cuales se consideran, deben ser protegidos frente al consumidor virtual: el derecho a la intimidad y el derecho al *Habeas Data* contenidos en el artículo 15³⁰, pero ello no obsta para que le sean aplicables la totalidad de derechos en virtud de su calidad de consumidor, que prevalece en garantía de la protección que el Estado Social de Derecho debe efectivizar.

29 Demanda de inconstitucionalidad contra el artículo 91 de la Ley 633 de 2000 “por la cual se expiden normas en materia tributaria, se dictan disposiciones sobre el tratamiento de los fondos obligatorios para la vivienda de interés social y se introducen normas para establecer las finanzas de la rama judicial. La norma establece dos deberes que ha de cumplir toda página en Internet o sitio web, de origen colombiano y a través de la cual se prestan servicios profesionales y financieros. Caso en el cual, el actor reprocha la generalidad y la vaguedad de la norma que viola el principio de reserva legal que la C.N. en el Inc.3 del art. 15 consagra. Aduce que la disposición contiene expresiones cuyo significado no precisa, por tanto sume a los administrados en una situación de incertidumbre acerca de si su actividad cae o no bajo el imperio de ésta ley.

30 Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas. En la recolección, tratamiento y circulación de datos se respetarán la libertad y demás garantías consagradas en la Constitución. La correspondencia y demás formas de comunicación privada son inviolables. Solo pueden ser interceptadas o registradas.

En relación con el consumidor en el comercio electrónico como un pronunciamiento internacional, se trae a colación la Directiva 97/7/CE³¹, relativa a la protección de consumidores en materia de contratos a distancia efectuados mediante comercio electrónico; se establece al consumidor como sujeto parte esencial de la circulación de bienes y servicios de los Estados miembros, siendo ellos los compradores a quienes se les debe dar total protección frente a cualquier método de venta agresivo. Esta directiva respalda al consumidor frente a cualquier abuso que vaya en contra de sus respectivos derechos, se hace mención dentro de ella del derecho de rescisión que tiene el consumidor frente a cualquier venta de un bien o servicio que no presente las características descritas al momento de realizar dicho negocio electrónico. Se establece el objeto en el artículo 1^o³², dejando clara la protección que se da a través de la aproximación normativa de los Estados miembros, acorde a contratos a distancia entre consumidores y proveedores y dentro del artículo 2³³ algunas definiciones del tema, enunciando en su numeral 2 que este consumidor en los contratos a distancia a través de medios electrónicos es quien “actúe con un propósito ajeno a su actividad profesional”, es decir, a efectos de dicha Directiva, es consumidor todo particular que al contratar un bien o servicio a distancia a través de medios electrónicos, su intención no se base en el oficio que practica, sino en cualquier otro.

En este orden de ideas, se plantean a continuación aquellos deberes que se deben tener en cuenta por parte del proveedor de un bien o servicio a través de un medio electrónico, como parte importante en el respeto de los derechos del consumidor en el comercio electrónico. “Dentro de un modelo ideal de deberes frente a los consumidores que utilizan como canal transaccional las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación), podrían encontrarse los siguientes elementos” (Galvis y Umaña, 1998, p. 215).

- a. Derecho especial de información: consiste en proporcionar cabalmente la información de manera suficiente, veraz, ya que la ausencia de información llega a considerarse como un vicio del consentimiento.
 - Publicidad y oferta: esta información igualmente debe proporcionarse con veracidad y suficiencia, a efectos de evitar incurrir en publicidad engañosa.
 - Deber de Diligencia en la administración de la página: la administración del *website* se debe hacer con diligencia y regularidad para evitar posibles perjuicios a los consumidores.

31 Del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de mayo de 1997, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia.

32 La presente Directiva tiene por objeto aproximar las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a los contratos a distancia entre consumidores y proveedores.

33 Definiciones. A efectos de la presente Directiva, se entenderá por “toda persona física que, en los contratos contemplados en la presente Directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad profesional”.

- Información sobre el régimen aplicable: en el momento en que se presente la contratación por medios telemáticos, el consumidor debe tener total conocimiento sobre el régimen del contrato.
- b. Derecho de resolución o de arrepentimiento: consiste en el derecho a favor del consumidor de disolver el contrato hasta un día determinado posterior a la entrega del producto que ha sido adquirido a través de internet.
- c. Pérdida de la cosa: consiste en la responsabilidad del vendedor en el envío del bien que ha sido adquirido por el consumidor a través de redes telemáticas (Rincón, 2006, pp. 189-190).

Con la anterior descripción de deberes frente a consumidores en el comercio electrónico desarrollada por el autor Rincón Cárdenas (2006), es claro que todos los proveedores que estén realizando actividades comerciales bajo los medios electrónicos, deberían tener en cuenta estos deberes a la hora de entrar en acuerdo contractual con dicho consumidor. Ahora bien, teniendo en cuenta el desarrollo dado en este escrito, a continuación se describirán aquellas aproximaciones que se han dado del consumidor en el comercio electrónico, específicamente en el Estatuto del Consumidor Colombiano a partir de la Ley 1480 de 2011.

Aproximaciones al tema del consumidor de comercio electrónico a la luz de la Ley 1480 de 2011

El Estatuto del Consumidor colombiano vigente (Ley 1480 de 2011) ha sido un gran avance frente a muchos temas, entre otros, en relación con la protección del consumidor. El anterior régimen de protección al consumidor de 1982 (Decreto 3466 de 1982)³⁴ resultaba insuficiente frente a las nuevas necesidades de los consumidores. Dicho régimen no priorizaba acerca de temas que sí se enfatizan en el actual Estatuto, como por ejemplo; la salud, la seguridad y la educación del consumidor, la libertad de crear organizaciones que cuiden los derechos del consumidor, el énfasis en el contrato de adhesión, prohibición expresa frente a posibles acciones en contra de los derechos del consumidor, énfasis en las cláusulas de los contratos con consumidores y como tema esencial en este escrito, la protección al consumidor en el marco del comercio electrónico.

Por tanto, en el anterior Estatuto no se consagraba la contratación electrónica ni ningún tema relacionado con este, de lo cual, se deduce que el consumidor era el mismo a pesar de contratar un bien o servicio por medios electrónicos; situación

34 Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones.

que generaba deficiencia en la protección frente a una nueva forma de negociación que no se concretaba en ninguna ley, dando paso a una especie de inseguridad para quien intervenía en dicho negocio. En razón a esta insuficiencia, el legislador en el nuevo Estatuto se vio en la necesidad de crear un capítulo que abordará este tema del consumidor en el comercio electrónico, el cual ya se describió líneas atrás; no obstante, a continuación se realizan varias precisiones.

Jair Fernando Ibanhí Cerón, señala:

El consumidor virtual por regla general es una persona natural que ve en los medios tecnológicos una herramienta útil para adquirir bienes o servicios y por ello debe protegerse, pues carece de los conocimientos necesarios o desconoce el proceso productivo del bien o servicio que está adquiriendo, y de hecho los adquiere para satisfacer una necesidad propia, privada, familiar, doméstica (Ibanhí, 2008, p. 422).

El consumidor de la red es una especie nueva que ha tomado mayor fuerza, dada la facilidad para acceder a nuevas formas de comercialización y el abaratamiento de las tecnologías informáticas; esta fuerza es apreciable especialmente en los países industrializados donde el ingreso *per cápita* permite un acceso relativamente fácil al consumidor en red. El caso colombiano es diferente, las tecnologías pese a su baja en precios aún se encuentran fuera del alcance del grueso de la población, sin embargo, el consumidor virtual es una tendencia al alza en nuestra sociedad, obviamente guardadas proporciones, frente a mercados como el norteamericano (Gómez, 2004, p. 118).

En la primera definición de “consumidor virtual” traída a colación por Ibanhí (2008), se alude como aquella persona que encuentra en los medios electrónicos una herramienta útil para adquirir cualquier bien o servicio, es decir, que aunque este tipo de negociaciones a través de medios electrónicos generen inseguridad para el consumidor, este termina accediendo a dicho negocio, por la comodidad y forma de obtenerlo.

En la segunda definición de “consumidor en la red”, el autor agrega al término, la facilidad de acceder a estas nuevas formas de comercialización por parte del consumidor y la economía que representa este acceso, no obstante, aquí sí existe una diferencia sustancial con los países industrializados, que al tener un ingreso *per cápita* mayor que el nuestro, permite con mayor rapidez estar a la vanguardia de los avances tecnológicos que en la mayoría de ocasiones ellos mismos promueven.

Ahora bien, después de la entrada en vigencia del actual Estatuto del Consumidor, en la siguiente cita no se expone una noción del consumidor virtual o en la red, sino una afirmación de la importancia de diferenciar al consumidor normal del *ciberconsumidor*, en donde se hace énfasis en adoptar para este tipo de consumidor unos mecanismos claros y eficaces con el fin de proteger sus derechos, los cuales se entienden respaldados en el nuevo Estatuto, descrito líneas atrás.

El nuevo Estatuto del Consumidor diferencia positivamente los consumidores de los “ciberconsumidores” otorgándoles a estos últimos mecanismos propicios

para contrarrestar eventuales conductas fraudulentas o engañosas en el contexto del comercio electrónico. Así, la reversión del pago es un instrumento muy importante por su efectividad para el consumidor (Remolina y Flórez, 2012, p. 17).

Con todo y lo anterior, es claro que así como dentro de este tipo de contratación se dan unos beneficios, también se genera una serie de riesgos, pero que necesariamente forman parte de aquellos insumos que promueven la búsqueda de estrategias de seguridad que deben ser puestas a disposición tanto del consumidor como del proveedor. Al respecto, se expone la siguiente cita:

Con relación a la Protección del Consumidor: El comercio electrónico ofrece más posibilidades de selección al consumidor; estimula la competencia en materia de precio, calidad y servicio, e informa mejor al consumidor en sus decisiones de compra. Del mismo modo, el comercio electrónico puede facilitar el fraude a los consumidores, y presenta nuevos desafíos, tanto para el cliente que trate de calcular los riesgos, como para la empresa que trate de proveer en línea su nivel habitual de protección al consumidor (Zarate, 2006, p. 3).

CONCLUSIONES

El desarrollo legislativo que se ha gestado en Colombia acerca de los derechos del consumidor, ha presentado una gran evolución, así como antes de la Constitución de 1991 existían diferentes decretos y leyes que de alguna manera esperaban dar protección al consumidor, después de su entrada en vigencia, tomó mayor fuerza dicha seguridad. Por lo tanto, el consumidor con el paso del tiempo fue teniendo mayor relevancia en el mundo jurídico y se fue creando como una figura esencial dentro del desarrollo de las actividades comerciales, además de serle reconocidos sus derechos colectivos constitucionalmente.

En la actualidad en Colombia se cuenta con un Estatuto (Ley 1480 de 2011), más consumado acerca de la protección a los derechos del consumidor, frente a temas que fueron y continúan surgiendo en relación con este. Sin embargo, en temas, tal y como lo es el comercio electrónico, aún es incipiente la legislación, ya que el consumidor de comercio electrónico tal y como se le designó en el desarrollo del artículo, todavía no se ha caracterizado legalmente; solamente se habla o de comercio electrónico o de consumidor, es decir, que para lograr dar una protección general al consumidor que hace parte de este tipo de negociaciones electrónicas, es necesario ahondar más acerca de su caracterización dentro del marco del comercio electrónico, no solo basta con un capítulo, sino con una ley que establezca las generalidades que alrededor de esta temática se dan.

Aunque en Colombia exista la Ley 527 de 1999 para describir algunos temas que alrededor de las tecnologías de la información se presentan, esta es una ley que se considera aún incipiente y desactualizada respecto a este desarrollo, con relación a

otras legislaciones internacionales que han tenido mayor desempeño en la creación de un régimen más amplio y rígido frente a la gran probabilidad de lesión de derechos del consumidor en las negociaciones electrónicas.

REFERENCIAS

- Arrubla, J. (2004). *Contratos mercantiles. T. II* (5.ª ed.). Bogotá: Biblioteca Jurídica DIKE.
- Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, CNUDMI. (1996). *Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico con la Guía para su incorporación al derecho interno*. Recuperado el 02 de octubre de 2012 de http://www.uncitral.org/uncitral/es/uncitral_texts/electronic_commerce/1996Model.html
- Congreso de la República de Colombia. Ley 73 de 1981. Diario Oficial 35.904 (15 de diciembre de 1981).
- Congreso de la República de Colombia. Ley 527 de 1999. Diario Oficial 43.673 (21 de agosto de 1999).
- Congreso de la República de Colombia. Ley 1328 de 2009. Diario Oficial 47.411 (15 de julio de 2009).
- Congreso de la República de Colombia. Ley 1480 de 2011. Diario Oficial 48.220 (12 de octubre de 2011).
- Corte Constitucional. Sala Plena, Sentencia C-1147 de 2001. M.P. Manuel José Cepeda Espinosa.
- Galvis, J. y Umaña A. (1998). Compraventa internacional de consumo masivo y protección al consumidor en el contexto de Internet. En *Tercer Congreso Iberoamericano de Derecho Empresarial: Negocios Internacionales, Tendencias, Contractos e Instrumentos*. Bogotá: Cámara de Comercio.
- Ibanchí, J. (2008). Protección al consumidor en su entorno digital.
- Ossa, D. (2010). *Protección, garantías y eficacia de los derechos del consumidor en Colombia*. Bogotá: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Pérez, R. (2003). *El contrato por medios electrónicos*. Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Presidencia de la República de Colombia. Decreto 2416 de 1971.
- Presidencia de la República de Colombia. Decreto 3466 de 1982. (2 de diciembre de 1982).
- Presidencia de la República de Colombia. Decreto 3467 de 1982. Diario Oficial 33.559 (3 de diciembre de 1982).
- Presidencia de la República de Colombia. Decreto 2876 de 1984 (27 de noviembre de 1984).

- Presidencia de la República de Colombia. Decreto 1009 de 1988. Diario Oficial 38.349 (25 de mayo de 1988).
- Remolina y Flórez (2012). Documento Gecti N.º 15. La protección del consumidor en el contexto del comercio electrónico. *Revista de Derecho, Comunicaciones y Nuevas Tecnologías*, 7, 17-19. Universidad de los Andes.
- Rengifo, E. (2000). *Nuevos retos del derecho comercial, comercio electrónico, documento electrónico y seguridad jurídica*. Bogotá. Biblioteca Jurídica Dike.
- República de Colombia. *Constitución Política de Colombia 1991*. Colombia.
- Rincón, E. (2006). *Manual de derecho de comercio electrónico y de internet*. Bogotá: Centro Editorial Universidad Rosario.
- Rincón, E. (2006). *Contratación electrónica*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Sarra, A. (2000). *Comercio electrónico y derecho*. Buenos Aires: Editorial Astrea.
- Zarate, H. (2006). *Derecho de los consumidores y el comercio electrónico*. Argentina: Universidad Nacional de Noroeste.