



**¿Protección sin fronteras? Retos del Estatuto del Consumidor frente al comercio electrónico en Colombia**

Andrea Katherine Mejía Quintero

Trabajo de grado presentado para optar al título de Abogado

Directora

Maria Alejandra Echavarría Arcila, Doctor (PhD) en Gestión de la Tecnología y la Innovación

Universidad Pontificia Bolivariana  
Escuela de Derecho y Ciencias Políticas  
Derecho  
Medellín, Antioquia, Colombia  
2025

El contenido de este documento no ha sido presentado con anterioridad para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o en cualquiera otra universidad.

---

## **Dedicatoria**

Dedico este logro a mi mamá, mi refugio incondicional y la fuerza silenciosa que ha sostenido cada uno de mis pasos; a mi perrita Annie, cuya compañía fiel y amor incondicional alegraron incluso los días más difíciles; a quien camina a mi lado con una presencia serena y constante, sin necesidad de palabras; a mi nona, que desde el cielo sigue iluminando mi vida y me abrazó con su amor incluso en mis momentos de mayor oscuridad; y, sobre todo, me lo dedico a mí misma, por nunca fallarme, por resistir cuando todo parecía cuesta arriba, por creer en mí cuando más lo necesitaba y por llegar hasta aquí con la frente en alto y el corazón firme.

## **Agradecimientos**

Quiero expresar mi agradecimiento a todas las personas que, directa o indirectamente, hicieron posible la culminación de este trabajo. A mi directora, por su orientación rigurosa y su compromiso con la calidad académica. A mi familia, por su respaldo constante, especialmente en los momentos de mayor exigencia. A quienes me ofrecieron una palabra oportuna, un espacio de calma o una compañía sincera durante este proceso. A mis amigas, por su lucidez, su cariño sereno y su manera de sostener sin exigir. Y a quien estuvo a mi lado en este tiempo, aportando tranquilidad, escucha y apoyo cuando más lo necesité. Finalmente, a Annie, mi perrita, quien ha estado conmigo por más de diez años, acompañándome con su lealtad silenciosa y recordándome con su sola presencia que siempre se puede seguir adelante, incluso en los días más largos.

## Tabla de contenido

Resumen .....	7
Abstract .....	8
Introducción .....	9
Metodología .....	11
1. Evolución del comercio electrónico y su impacto en la regulación colombiana .....	12
1.1. Transformación del comercio digital en Colombia y tendencias globales.....	12
1.2. Marco normativo: adaptación del Estatuto del Consumidor al entorno digital.....	14
1.3. Desafíos regulatorios en transacciones nacionales e internacionales.....	15
2. Protección del consumidor en el comercio electrónico.....	17
2.1. Aplicación de las normativas de protección al consumidor en entornos digitales.....	17
2.2. Limitaciones y problemáticas en la defensa de los derechos del consumidor digital .....	18
2.3. Comparación con modelos regulatorios internacionales.....	19
3. Resolución de conflictos y protección efectiva en el comercio electrónico .....	21
3.1. Plataformas de quejas y mecanismos de reclamación en línea .....	21
3.2. Accesibilidad y efectividad de los métodos de resolución de conflictos digitales.....	22
3.3. Posibles mejoras inspiradas en sistemas del sector financiero digital .....	23
4. Aprendizajes del sector financiero digital y su aplicación al comercio electrónico .....	25
4.1. Supervisión y control en el sector financiero digital.....	25
4.2. Modelos de protección y atención al consumidor financiero aplicables al comercio electrónico .....	26
4.3. Análisis de SARLAFT y SAGRILAFT en la prevención de fraudes en entornos digitales.....	28
5. Propuestas para el fortalecimiento de la protección del consumidor digital.....	30
5.1. Estrategias para modernizar la regulación del comercio electrónico en Colombia .....	30
5.2. Integración de herramientas financieras en la protección del consumidor digital .....	33

---

Conclusiones .....	36
Referencias .....	38

## Resumen

El consumidor colombiano tiene derecho a retractarse, reclamar y exigir garantías en el comercio electrónico... pero, ¿eso es verdad ‘de aquí a la China’? Aunque las normas nacionales reconocen estos derechos, su eficacia se diluye cuando la transacción cruza fronteras digitales. Esta investigación se propuso analizar la evolución del comercio electrónico en Colombia y su impacto en la regulación actual de los derechos del consumidor en el contexto contemporáneo. Por esta razón, se examinó críticamente el alcance del Estatuto del Consumidor frente a problemáticas como la territorialidad de la protección jurídica, la responsabilidad de las plataformas digitales y la efectividad de los mecanismos de reclamación. Partiendo del paradigma positivista, se hizo una investigación de tipo dogmático utilizando la técnica cualitativa de análisis documental. A partir de este estudio se logró proponer la integración de modelos regulatorios del sector financiero en el ámbito del comercio digital, con el fin de fortalecer la protección del consumidor y modernizar el marco jurídico colombiano, sirviendo como base para futuras reformas legislativas y proyectos de investigación orientados a un entorno más justo y confiable.

*Palabras clave:* comercio electrónico, derechos del consumidor, eficiencia, estatuto del consumidor, desafíos regulatorios, sistema financiero

### **Abstract**

Colombian consumers have the right to withdraw, file complaints, and demand guarantees in e-commerce transactions... but is that still true ‘all the way to China’? Although national regulations recognize these rights, their effectiveness fades when transactions cross digital borders. This study aimed to analyze the evolution of e-commerce in Colombia and its impact on the current regulation of consumer rights in the contemporary context. For this reason, the research critically examined the scope of the Consumer Statute in addressing issues such as the territoriality of legal protection, the responsibility of digital platforms, and the effectiveness of complaint mechanisms. Based on the positivist paradigm, this study employed a dogmatic legal approach using the qualitative technique of documentary analysis. As a result, it proposes the integration of regulatory models from the financial sector into the digital commerce field with the goal of strengthening consumer protection and modernizing Colombia’s legal framework, providing a foundation for future legislative reforms and research initiatives aimed at a fairer and reliable digital environment.

*Keywords:* E-commerce, consumer rights, efficiency, Consumer Statute, regulatory challenges, financial system

## Introducción

Durante la última década, el comercio electrónico en Colombia ha experimentado un crecimiento exponencial, impulsado por la transformación digital, el acceso masivo a internet y la expansión de plataformas de pago en línea. Sin embargo, este avance ha generado una serie de desafíos normativos, especialmente en lo que respecta a la protección de los consumidores en entornos digitales. Antes de esta investigación, se contaba con importantes estudios sobre el tema, entre ellos los trabajos de Corrales-Liévano et al. (2019), Guio-Molano (2019), García-Arenas (2021), Varón-Bravo (2021) y, de manera especial, el estudio de Pérez-Ramírez (2014), quien identificó las limitaciones del Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011) frente a las nuevas dinámicas del comercio digital. Dichos trabajos coincidían en señalar la falta de adaptabilidad del marco normativo vigente para afrontar la complejidad de las transacciones en línea y los vacíos existentes en materia de responsabilidad de plataformas y protección transfronteriza.

Por ende, se encontró un vacío específico en la aplicación efectiva del Estatuto del Consumidor a las nuevas realidades del comercio electrónico, particularmente frente a la protección jurídica de los consumidores en plataformas extranjeras y la ausencia de mecanismos eficaces de resolución de conflictos digitales. Frente a este problema, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo ha evolucionado el comercio electrónico en Colombia y cuál es su impacto en la regulación actual de los derechos del consumidor en el contexto contemporáneo? A partir de esta pregunta, se propuso la hipótesis de que el comercio electrónico en Colombia ha evolucionado aceleradamente, impulsado por el crecimiento de plataformas digitales y cambios en los hábitos de consumo, lo que ha generado desafíos regulatorios en la protección de los derechos del consumidor. Aunque el Estatuto del Consumidor se ha aplicado analógicamente, su estructura no responde completamente a problemáticas como la territorialidad de la protección, la responsabilidad de las plataformas digitales y la seguridad en las transacciones en línea.

Para desarrollar esta investigación, se empleó el método deductivo y un enfoque de tipo descriptivo. Se trabajó con datos secundarios obtenidos a través de fuentes académicas, legislativas y jurisprudenciales. Se aplicó la técnica cualitativa de análisis documental, organizando la información en matrices y sistematizándola en función del objeto de estudio. El trabajo se enmarcó en el paradigma positivista, empleando el nivel de calificación fáctico de eficacia, lo cual permitió

realizar una investigación de tipo dogmático orientada a identificar y ordenar las categorías jurídicas vinculadas al consumo digital.

El contenido se estructura en cinco capítulos. En el primer capítulo se aborda la evolución del comercio electrónico y su impacto en la regulación colombiana, incluyendo la transformación del comercio digital en Colombia, el marco normativo aplicable y los desafíos regulatorios de las transacciones nacionales e internacionales. El segundo capítulo analiza la protección del consumidor en el comercio electrónico, la aplicación del Estatuto, las problemáticas actuales y una comparación con modelos regulatorios internacionales. El tercer capítulo examina la resolución de conflictos en línea, enfocándose en mecanismos de reclamación, accesibilidad, efectividad y aprendizajes del sector financiero digital. En el cuarto capítulo se exploran los aprendizajes del sector financiero y su aplicabilidad al comercio electrónico, incluyendo modelos de supervisión, protección al consumidor financiero y el análisis de SARLAFT y SAGRILAFT. Finalmente, el quinto capítulo propone estrategias para el fortalecimiento de la protección del consumidor digital, con miras a una modernización normativa e integración de herramientas tecnológicas y financieras para un entorno más seguro.

Como principal aporte, esta investigación propone la adaptación de modelos regulatorios del sector financiero al comercio electrónico como vía para robustecer la protección del consumidor digital en Colombia.

## **Metodología**

Esta investigación empleó el método deductivo, dado que se realizaron razonamientos lógicos que partieron de lo general a lo particular. A su vez, se adoptó un enfoque de tipo descriptivo, en la medida en que se correlacionaron los elementos y categorías del problema con el fin de construir teorías y postulados jurídicos. Para ello, se utilizaron datos secundarios, obtenidos previamente por otros autores, los cuales fueron organizados y sistematizados mediante matrices de información que posteriormente se integraron en un texto. Se aplicó la técnica cualitativa de análisis documental, desarrollando un trabajo analítico sobre el material recopilado, documentado en fichas o notas. La investigación se enmarcó en el paradigma positivista, en tanto que la investigadora y el objeto de estudio fueron considerados como entidades autónomas, y el objetivo fue verificar una hipótesis derivada de una teoría jurídica. Asimismo, se empleó el nivel de calificación fáctico de eficacia, dado que, ante la falta de efectividad de determinadas normas o mecanismos jurídicos, se buscó analizar su grado de cumplimiento en la práctica. Todo ello permitió desarrollar una investigación de tipo dogmático, orientada a ordenar instituciones y categorías jurídicas en función del referente dado o del problema de investigación.

## **1. Evolución del comercio electrónico y su impacto en la regulación colombiana**

El comercio electrónico ha transformado la dinámica del consumo en Colombia, impulsado por la digitalización de pagos, la expansión de plataformas digitales y el acceso masivo a internet. No obstante, su crecimiento ha planteado desafíos regulatorios en cuanto a la protección del consumidor, la territorialidad de las transacciones y la responsabilidad de los intermediarios digitales. Este capítulo analiza la evolución del comercio electrónico en el país, su marco normativo actual y los principales retos regulatorios que surgen en las transacciones nacionales e internacionales, considerando modelos jurídicos comparados y su aplicabilidad en Colombia.

### **1.1. Transformación del comercio digital en Colombia y tendencias globales**

El comercio electrónico ha ganado un impulso sin precedentes en Colombia, convirtiéndose en un sector en crecimiento y generando una amplia gama de oportunidades para emprendedores, empresas y consumidores. Según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE), "las ventas en línea en Colombia alcanzaron los 55 billones de pesos en el último año. Este incremento refleja el creciente número de consumidores que confían en el comercio electrónico y prefieren realizar sus compras en línea" (CCCE, 2023, párr. 2). Este crecimiento demuestra el impacto significativo del comercio digital en la economía nacional por brindar mayor facilidad y variedad de opciones al consumidor.

Uno de los factores clave que ha impulsado el comercio electrónico en Colombia es el avance en la digitalización de pagos, el acceso masivo a internet y la expansión de plataformas de marketplaces. La CCCE ha indicado que el comercio digital ha permitido la expansión de negocios a nivel nacional e internacional, generando un entorno dinámico que requiere una regulación efectiva. Además, "la mayor penetración de Internet y el crecimiento de la adopción de dispositivos móviles han permitido un acceso más amplio a la conectividad y han facilitado el comercio electrónico tanto para los consumidores como para los vendedores" (CCCE, 2023, párr. 3).

El comercio electrónico en Colombia se ha desarrollado en diferentes modalidades, siendo el modelo Business to Consumer (B2C) uno de los más representativos. Según Arango, González y Valencia (2019), "el 81% de la población encuestada en Manizales realizó compras por Internet, centradas en el sector turístico y productos electrónicos, ejecutadas desde el hogar y haciendo uso

de la computadora" (párr. 1). Asimismo, "los consumidores más activos en el comercio digital pertenecen al rango de edad entre 25 y 34 años y cuentan con formación universitaria" (Arango, González y Valencia, 2019, párr. 68). Estos hallazgos evidencian un patrón de comportamiento que puede extrapolarse a otras regiones del país y que debe ser considerado en el diseño de políticas para fortalecer la regulación del comercio digital.

El gobierno colombiano ha impulsado diversas estrategias para fortalecer el ecosistema digital del país, facilitando el acceso a herramientas tecnológicas y promoviendo la confianza en las transacciones en línea. En este sentido, según la CCCE, "el gobierno colombiano ha implementado políticas y medidas para promover el desarrollo del eCommerce, facilitando el establecimiento de negocios en línea y fomentando la inclusión financiera a través de medios electrónicos de pago" (CCCE, 2023, párr. 4). Estas iniciativas han permitido mejorar la infraestructura digital y ampliar la participación de pequeñas y medianas empresas en el comercio electrónico, consolidando así un entorno más competitivo y accesible.

El impacto del comercio electrónico no solo se refleja en el crecimiento de grandes plataformas y las cifras de consumidores electrónicos, sino también en la transformación de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Según Corrales-Liévano, Ruiz-Medina y Angulo-Camargo (2019), "las pymes que han implementado estrategias de comercio electrónico han experimentado un aumento significativo en sus ventas y competitividad en comparación con aquellas que operan exclusivamente en canales tradicionales" (p. 328). Esto evidencia que la digitalización de los comercios no solo responde a una tendencia de mercado, sino que se ha convertido en un factor clave para la sostenibilidad y el crecimiento empresarial.

A nivel global, las tendencias incluyen la personalización mediante inteligencia artificial, la integración de pagos digitales seguros y la consolidación de marketplaces transfronterizos. Como indica la CCCE, en países como Estados Unidos y la Unión Europea, la regulación ha evolucionado para incluir mecanismos de protección a los consumidores digitales, asegurando transparencia en las transacciones y responsabilidad de las plataformas de comercio electrónico.

En Colombia, el crecimiento del comercio digital ha estado acompañado de desafíos como la informalidad en las transacciones, la falta de educación financiera digital y la desconfianza de los consumidores en las compras en línea. Las estrategias gubernamentales han buscado fomentar el comercio digital seguro mediante programas de capacitación y la promoción del uso de medios de pago electrónicos (CCCE, 2023, p. 44).

## 1.2. Marco normativo: adaptación del Estatuto del Consumidor al entorno digital

En Colombia, la principal regulación en materia de protección al consumidor es el Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011). Esta norma establece principios fundamentales como el derecho a la información clara y veraz, la protección contra cláusulas abusivas y el derecho de retracto. Sin embargo, su aplicación al comercio electrónico ha sido objeto de debate debido a la falta de disposiciones específicas para transacciones digitales.

Por otro lado, la Ley 527 de 1999 reconoce la validez de los contratos electrónicos y la firma digital, pero no aborda de manera integral la protección del consumidor en entornos digitales. Según García-Arenas (2021), “esta normativa se basa en principios internacionales como la equivalencia funcional y la neutralidad tecnológica, permitiendo que los documentos electrónicos tengan el mismo valor jurídico que los documentos físicos” (p. 59). No obstante, persisten vacíos normativos respecto a la protección de los consumidores en transacciones digitales y la regulación de las plataformas de comercio electrónico.

De igual manera, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) ha jugado un papel clave en la regulación del comercio electrónico, sancionando prácticas abusivas y promoviendo la transparencia en las transacciones digitales (Martínez, D. F. y Pabón, E., 2023). Sin embargo, la regulación colombiana aún carece de lineamientos específicos para abordar la responsabilidad de las plataformas intermediarias, la protección de datos personales en entornos digitales y la regulación de publicidad en línea. Asimismo, el Decreto 1818 de 1998 establece mecanismos alternativos de resolución de conflictos, que podrían aplicarse al comercio electrónico para garantizar mayor seguridad jurídica en disputas entre consumidores y plataformas digitales.

Pérez-Ramírez (2014) destaca que la regulación colombiana ha intentado adaptarse a las necesidades del comercio digital, pero persisten vacíos normativos. La Ley 1480 de 2011 representó un avance en la protección de los consumidores, sin embargo, la falta de mecanismos eficaces para su aplicación en plataformas digitales ha generado incertidumbre. En comparación con otros países, Colombia aún no cuenta con un marco normativo suficientemente robusto para abordar temas como la seguridad en las transacciones digitales y la protección de datos personales.

### 1.3. Desafíos regulatorios en transacciones nacionales e internacionales

Uno de los principales desafíos regulatorios en Colombia es la aplicación extraterritorial del Estatuto del Consumidor. Actualmente, los consumidores colombianos que adquieren productos en plataformas extranjeras no cuentan con mecanismos efectivos para exigir la aplicación de sus derechos. Esto contrasta con modelos como el de la Unión Europea, donde las plataformas deben garantizar la protección del consumidor sin importar su ubicación geográfica.

Además, la CCCE señala que el comercio electrónico presenta dificultades en la determinación de la responsabilidad de las plataformas digitales cuando actúan como intermediarios entre vendedores y compradores. La falta de claridad en este aspecto genera incertidumbre jurídica y limita la protección efectiva del consumidor. La implementación de mecanismos de cooperación internacional entre agencias de protección al consumidor podría ser una alternativa para garantizar mayor seguridad en las transacciones transfronterizas (CCCE, 2023, p. 27).

En nuestro país, la falta de mecanismos efectivos para hacer cumplir la regulación nacional en plataformas extranjeras es uno de los mayores retos para la protección del consumidor digital. En países con regulaciones más avanzadas, las plataformas deben asumir mayor responsabilidad en las transacciones, mientras que en Colombia el marco normativo actual no establece obligaciones claras para los operadores internacionales, lo que deja a los consumidores en una situación de vulnerabilidad.

Según Pérez-Ramírez (2014), esta situación evidencia la necesidad de fortalecer la regulación nacional para garantizar la aplicación efectiva de los derechos de los consumidores en el comercio digital. Además, Corrales-Liévano y otros (2019) señalan que "los consumidores colombianos tienden a preferir plataformas extranjeras debido a la falta de confianza en los mecanismos de protección al consumidor nacionales, lo que demuestra la necesidad de fortalecer el marco regulatorio y los mecanismos de cumplimiento" (p. 337).

Este panorama resalta la importancia de actualizar la normativa nacional, no solo para garantizar un entorno más seguro y confiable para los consumidores, sino también para mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs). Actualmente, la ausencia de un marco normativo claro sobre comercio digital impone barreras regulatorias a las PYMEs que buscan competir en mercados globales. La simplificación de requisitos legales y la adopción de

estándares internacionales podrían facilitar su acceso al comercio electrónico global y fortalecer la economía digital del país.

En este contexto, uno de los avances más recientes en la resolución de disputas del comercio electrónico ha sido el desarrollo del arbitraje online. Según Lozada-Pimiento y Becerra-Sánchez (2018), este mecanismo ha transformado significativamente la manera de resolver conflictos en el ámbito digital, al ofrecer soluciones en un menor tiempo y sin recurrir a los procedimientos judiciales convencionales. Su implementación más amplia en Colombia podría fortalecer la seguridad jurídica y fomentar la confianza en el comercio digital.

## **2. Protección del consumidor en el comercio electrónico**

El comercio digital exige mecanismos de protección eficientes para los consumidores, dado que las relaciones contractuales en línea presentan riesgos específicos como la falta de transparencia, cláusulas abusivas y dificultades en la reclamación de garantías. En este capítulo, se examina la aplicación del Estatuto del Consumidor en entornos digitales, señalando sus limitaciones y vacíos normativos. Asimismo, se analizan las principales problemáticas en la defensa de los derechos del consumidor digital y se comparan modelos regulatorios internacionales con el fin de identificar estrategias que podrían fortalecer la protección jurídica en Colombia.

### **2.1. Aplicación de las normativas de protección al consumidor en entornos digitales**

La Ley 1480 de 2011 establece derechos fundamentales para los consumidores, como el derecho al retracto y la garantía de productos defectuosos. Sin embargo, su implementación en entornos digitales ha sido desigual. La SIC ha emitido directrices para regular la actividad de las plataformas digitales, entre las que se encuentran, según el Decreto 4886 de 2011, artículo 1, la vigilancia y el control sobre el cumplimiento de las normas de protección al consumidor, la imposición de sanciones por incumplimiento de las regulaciones aplicables y la protección de datos personales en la administración de información por parte de plataformas digitales. Asimismo, se establecen lineamientos para la expedición de instrucciones y criterios que faciliten el cumplimiento normativo en el comercio electrónico, la inspección, vigilancia y recolección de información para verificar el cumplimiento de la normativa, así como la promoción de capacitaciones y divulgación de derechos en entornos digitales. Finalmente, la SIC cuenta con facultades para facilitar la resolución de conflictos entre consumidores y proveedores digitales. No obstante, aún existen vacíos normativos en la responsabilidad de los intermediarios y en la protección de datos personales.

En este contexto, la SIC ha sancionado empresas por prácticas comerciales engañosas y falta de información clara en plataformas digitales, lo que evidencia la necesidad de un marco normativo más robusto que garantice la protección del consumidor en transacciones electrónicas. Además, se han establecido iniciativas para fortalecer la educación del consumidor en entornos digitales, promoviendo la cultura del comercio seguro en línea.

Uno de los derechos más relevantes en este ámbito es el derecho al retracto, regulado en el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011, que permite a los consumidores desistir de una compra realizada por medios electrónicos dentro de los días siguientes a la entrega del bien o servicio. No obstante, García-Arenas (2021) advierte que "en la práctica, muchos consumidores desconocen la existencia de este derecho o enfrentan barreras impuestas por los comerciantes para su ejercicio" (p. 44). Esto pone en evidencia la necesidad de fortalecer los mecanismos de información y cumplimiento de esta normativa para garantizar una mayor protección a los consumidores digitales. En este mismo sentido, Guio-Molano (2019) señala que la falta de conocimiento por parte de los consumidores y la ausencia de mecanismos efectivos de aplicación han limitado la efectividad de este derecho en Colombia.

El desarrollo del arbitraje online en Colombia representa una alternativa para mejorar la protección del consumidor digital. Según Lozada-Pimiento y Becerra-Sánchez (2018), este mecanismo permite que las disputas en comercio electrónico sean resueltas en línea mediante plataformas especializadas, reduciendo costos y tiempos procesales. Modelos como el implementado por eBay, que resuelve millones de disputas al año a través de un sistema automatizado, han servido como referencia para la implementación de estos mecanismos en Colombia. Sin embargo, a pesar de los avances en la seguridad de las transacciones digitales mediante plataformas de pago y marketplaces, los consumidores continúan enfrentando barreras para interponer reclamaciones, lo que evidencia la necesidad de mecanismos más ágiles y efectivos de resolución de conflictos.

## **2.2. Limitaciones y problemáticas en la defensa de los derechos del consumidor digital**

Entre las principales limitaciones en la protección del consumidor digital se encuentran la dificultad de hacer cumplir garantías en compras transfronterizas, la ausencia de mecanismos rápidos de resolución de conflictos y la falta de información sobre derechos y deberes del consumidor en el comercio electrónico. Además, muchas plataformas internacionales no cuentan con representación legal en Colombia, lo que dificulta que los consumidores puedan interponer quejas ante la SIC. Este vacío normativo deja a los consumidores en una situación de desprotección y limita la posibilidad de exigir el cumplimiento de sus derechos. La creación de un marco de

cooperación entre la SIC y otras entidades internacionales podría facilitar la protección de los consumidores en entornos digitales globalizados (Varón-Bravo, 2021).

Otro desafío es la asimetría de información entre los consumidores y las plataformas digitales. La falta de transparencia en términos y condiciones, sumada a la presencia de cláusulas abusivas en contratos electrónicos, limita la capacidad de los consumidores para ejercer sus derechos de manera efectiva. Según Varón-Bravo (2021), la ausencia de acuerdos internacionales efectivos impide que los consumidores colombianos puedan hacer valer sus derechos frente a proveedores que operan fuera del país.

A esta problemática se suma la falta de conocimiento de los consumidores sobre sus derechos y los mecanismos de protección disponibles. La carencia de educación digital y financiera impide que muchos usuarios sepan cómo presentar reclamaciones o identificar posibles fraudes en línea. Además, las plataformas digitales suelen incluir términos y condiciones extensos y complejos, lo que dificulta que los consumidores comprendan plenamente sus derechos y obligaciones (Salinas-Ramírez y Rodríguez Forero, 2023).

Según Martínez y Pabón (2023), la SIC ha sancionado a diversas plataformas por prácticas abusivas, pero la falta de claridad en las normativas digitales limita la efectividad de estas acciones. En muchos casos, las sanciones no logran disuadir a las plataformas de incurrir en nuevas prácticas que afecten a los consumidores digitales.

### **2.3. Comparación con modelos regulatorios internacionales**

A nivel internacional, países como la Unión Europea han implementado regulaciones más estrictas para la protección del consumidor en el comercio digital. El Reglamento General de Protección de Datos (RGDP) y la Directiva de Derechos del Consumidor establecen mecanismos claros para la defensa de los derechos digitales, incluyendo la posibilidad de retractarse de compras en línea y exigir reembolsos (Guio-Molano, 2019). Además, el Reglamento sobre Cooperación para la Protección del Consumidor permite a las autoridades nacionales coordinarse para hacer cumplir las normas en transacciones digitales internacionales.

Por otro lado, en Estados Unidos, la Federal Trade Commission (FTC) supervisa la protección del consumidor en línea, con regulaciones específicas para publicidad digital y transacciones en marketplaces, leyes antimonopolio y de competencia. Este modelo ha permitido

una mayor transparencia y confianza en las transacciones en línea. Además, el arbitraje online ha sido una herramienta clave para la resolución rápida de disputas entre consumidores y plataformas (Lozada-Pimiento y Becerra-Sánchez, 2018).

En países como Australia y Canadá, se han desarrollado políticas para garantizar la transparencia en las condiciones de compra y el derecho al reembolso en transacciones electrónicas. La implementación de estos mecanismos en Colombia podría fortalecer la confianza de los consumidores y reducir los conflictos en el comercio digital. Como indica la CCCE, es clave que las autoridades colombianas avancen en la incorporación de estándares internacionales que contribuyan a incrementar la seguridad y la confianza en el entorno del comercio digital.

### **3. Resolución de conflictos y protección efectiva en el comercio electrónico**

El crecimiento del comercio electrónico ha generado una serie de desafíos en la protección del consumidor, especialmente en la resolución de conflictos derivados de transacciones digitales. En Colombia, los consumidores enfrentan barreras en la reclamación de sus derechos debido a la falta de regulación específica y la dificultad para hacer cumplir las garantías ofrecidas por plataformas internacionales. Para mejorar la protección del consumidor, es fundamental analizar los mecanismos de reclamación y su efectividad en el entorno digital.

#### **3.1. Plataformas de quejas y mecanismos de reclamación en línea**

Para fortalecer la seguridad y los derechos del consumidor en el comercio electrónico, “existe una multitud de enfoques sugeridos. Tales medidas comprenden regulaciones legales más estrictas, mejor educación por parte de los consumidores, fomento de prácticas comerciales éticas, mecanismos efectivos de resolución de disputas, esfuerzos concertados de agencias gubernamentales” (Salinas Ramírez y Rodríguez Forero, 2023, p. 25). Sin embargo, aunque estas estrategias han sido propuestas para mejorar la protección del consumidor, aún no se han implementado de manera integral en todos los entornos donde se desarrollan las actividades comerciales objeto de este trabajo. Por esto, en Colombia, la SIC es la entidad encargada de velar por la protección del consumidor y ofrece un mecanismo de demanda en línea para que los consumidores puedan reclamar ante los proveedores o comercializadores (SIC, 2024). No obstante, persisten dificultades en la efectividad de estos procesos, ya que los consumidores deben agotar el reclamo directo antes de acudir a la SIC y, en muchos casos, los proveedores desconocen o ignoran estos requerimientos.

Según Anaya Saade (2020), es importante destacar que la SIC no es la única entidad encargada de recibir quejas en Colombia. Dependiendo del tipo de reclamación, otras instituciones como la Superintendencia Financiera puede intervenir en la protección de los consumidores. A pesar de la existencia de estos mecanismos, muchos consumidores aún no están informados sobre sus derechos ni sobre las instancias a las que pueden recurrir, lo que limita la efectividad de la protección del consumidor en el comercio electrónico (Salinas Ramírez y Rodríguez Forero, 2023).

Adicionalmente, algunas plataformas digitales han desarrollado sus propios sistemas de resolución de disputas, como Amazon, que permiten a los consumidores presentar quejas y recibir reembolsos directamente a través de la plataforma. Sin embargo, estos mecanismos no siempre resultan efectivos. Por ejemplo, en 2021, Amazon eliminó las cláusulas de arbitraje obligatorio en sus términos de uso, lo que sugiere posibles ineficiencias en su proceso previo de resolución de disputas (Cunningham Swaim, 2021). Además, un estudio comparativo realizado en 2023 por Putri Ariawan analizó los mecanismos de resolución de disputas de Amazon y Shopee, señalando diferencias en la eficiencia y eficacia de estos sistemas.

### **3.2. Accesibilidad y efectividad de los métodos de resolución de conflictos digitales**

El comercio electrónico transfronterizo introduce desafíos adicionales para los consumidores, ya que involucra la interacción con empresas de jurisdicciones diferentes. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) señala que entre las principales dificultades que enfrentan los compradores se encuentran las barreras lingüísticas, la falta de confianza en marcas desconocidas, costos ocultos como derechos de aduana y la incertidumbre sobre los mecanismos de protección legal disponibles en la jurisdicción del vendedor. "Los consumidores pueden verse disuadidos de realizar compras transfronterizas debido a la falta de información clara sobre la protección de sus derechos y la ejecución de laudos favorables" (UNCTAD, 2017, p. 14). Para mitigar estos problemas, se recomienda que los Estados cooperen en la vigilancia y regulación del comercio electrónico internacional, facilitando mecanismos de protección efectivos para los consumidores.

Uno de los principales obstáculos en la resolución de disputas en el comercio electrónico es la falta de mecanismos rápidos y accesibles para los consumidores. "La cuestión de la solución de controversias se plantea reiteradamente, especialmente en el comercio electrónico transfronterizo (...) se recomienda establecer mecanismos justos, efectivos, transparentes e imparciales para atender las reclamaciones de los consumidores" (UNCTAD, 2017, p. 11). Esto se puede llevar a cabo por "medios administrativos, judiciales y alternativos de solución de controversias, incluidos los casos transfronterizos" (UNCTAD, 2017, p. 11). Esta situación no solo genera desconfianza en los compradores digitales, sino que también limita la efectividad de los mecanismos de resolución de conflictos en entornos digitales.

Según el Resolution Systems Institute (2022), la resolución de disputas en línea (ODR, por sus siglas en inglés) engloba diversas tecnologías diseñadas para complementar o sustituir los métodos tradicionales de resolución de conflictos. Este sistema se basa en los principios de la resolución alternativa de disputas (RAD), promoviendo enfoques más ágiles y eficaces para solucionar controversias. A diferencia del sector financiero, que ha desarrollado sistemas eficientes para la reversión de pagos y reclamaciones automatizadas, el comercio electrónico aún enfrenta desafíos en la aplicación de estos mecanismos. La ausencia de procesos estandarizados y de regulaciones que obliguen a las plataformas digitales a ofrecer soluciones rápidas y eficaces provoca que muchas reclamaciones queden sin resolver. En respuesta a esta problemática, en algunos países se han implementado sistemas de ODR, los cuales permiten a los consumidores presentar reclamaciones y recibir respuestas de manera ágil y sin necesidad de acudir a procesos judiciales prolongados. La implementación de estos sistemas ha demostrado ser efectiva para reducir el tiempo y los costos asociados a la resolución de disputas.

El arbitraje digital, ampliamente implementado en el sector financiero, representa una solución efectiva y accesible para la resolución de disputas en el comercio electrónico. Su aplicación permitiría reducir costos y tiempos, evitando la congestión judicial y facilitando el acceso a la justicia en línea. Según Varón Bravo (2021), los ODR han sido adoptados a nivel internacional para gestionar conflictos en transacciones transfronterizas, destacándose como un mecanismo eficiente que combina mediación, conciliación y arbitraje para garantizar soluciones ágiles y justas. Asimismo, la inteligencia artificial ha optimizado estos procesos, facilitando la toma de decisiones y mejorando la experiencia del usuario en plataformas digitales. Díaz Bolívar y Bustamante Rúa (2022) resaltan que la combinación de ODR e inteligencia artificial permite analizar patrones de comportamiento y agilizar la resolución de conflictos, promoviendo la confianza en el ecosistema digital.

### **3.3. Posibles mejoras inspiradas en sistemas del sector financiero digital**

El sector financiero ha desarrollado mecanismos eficientes para la resolución de disputas, como la reversión de pagos en casos de fraude. Como indica Varón-Bravo (2021), las entidades financieras disponen de protocolos específicos orientados a proteger al usuario, asegurando que las reclamaciones se atiendan dentro de plazos establecidos. Adaptar estos mecanismos al comercio

electrónico podría mejorar la confianza del consumidor y reducir la incidencia de fraudes. Además, el cumplimiento de regulaciones como SARLAFT y SAGRILAFT en el sector financiero demuestra que la prevención de riesgos y la transparencia en las transacciones pueden aplicarse eficazmente en plataformas digitales de comercio.

Un ejemplo exitoso es la implementación de los Defensores del Consumidor Financiero en Colombia, quienes facilitan la resolución de disputas entre las entidades financieras y los usuarios sin necesidad de acudir a procesos judiciales prolongados. Un mecanismo similar podría aplicarse en el comercio electrónico, con la creación de un ente especializado en la atención de quejas y reclamaciones de consumidores digitales.

Asimismo, la implementación de un sistema de monitoreo transaccional en tiempo real podría prevenir fraudes y garantizar mayor seguridad en las compras digitales. Este tipo de herramientas permitiría a las plataformas detectar irregularidades y actuar antes de que el consumidor se vea afectado.

#### **4. Aprendizajes del sector financiero digital y su aplicación al comercio electrónico**

El sector financiero ha logrado consolidar un marco de regulación robusto que podría servir como modelo para la protección del consumidor en el comercio electrónico. La implementación de mecanismos de supervisión y control, así como estrategias de prevención de fraudes, podría fortalecer la seguridad en las transacciones digitales.

##### **4.1. Supervisión y control en el sector financiero digital**

El sector financiero ha desarrollado sofisticados sistemas de supervisión y control para garantizar la transparencia y seguridad en los servicios digitales. Estas estrategias han sido clave para minimizar riesgos, detectar fraudes y fortalecer la confianza de los consumidores. La implementación de modelos de monitoreo continuo permite la detección en tiempo real de transacciones sospechosas y la toma de medidas correctivas oportunas. Según Anaya Saade (2020), las entidades están obligadas a implementar sistemas de seguridad avanzados que protejan las transacciones y aseguren la confiabilidad de los servicios financieros. Aplicar estos modelos al comercio electrónico podría mejorar la protección del consumidor y asegurar que las plataformas digitales cumplan con estándares de seguridad y buenas prácticas.

Uno de los pilares de la supervisión financiera es el cumplimiento normativo. En Colombia, la Superintendencia Financiera ha establecido regulaciones estrictas en ciberseguridad y protección de datos, exigiendo auditorías periódicas, evaluación de riesgos y protocolos de seguridad para fortalecer la confianza en los servicios digitales (SFC, 2024). Desde la perspectiva de Martínez y Pabón (2023), el fortalecimiento de los sistemas de control en el sector financiero ha contribuido a reducir el riesgo de fraudes y a generar mayor confianza entre los usuarios de servicios digitales.

Además, las entidades financieras han adoptado tecnologías avanzadas como inteligencia artificial y Big Data para supervisar y prevenir fraudes en tiempo real. Como lo indica el informe Estándares de compliance y due diligence en el reporte de Información Financiera para la prevención de fraudes, “es necesario revisar y analizar el núcleo esencial que involucra el compliance, el ‘due diligence’ y el reporte de información contable y financiera fidedigna de las empresas” con el fin de garantizar la transparencia y la trazabilidad de las transacciones financieras (Zona Díaz, Reyes Cabrera y Silva Albarrán, 2023, p. 2).

Por otro lado, la interoperabilidad entre entidades bancarias y plataformas digitales juega un papel crucial en la prevención de delitos financieros, ya que facilita el intercambio seguro de información. En este sentido, el comercio electrónico se beneficiaría de una mayor coordinación entre reguladores y empresas tecnológicas. Según el estudio de Quiñones, Martínez y Cortés (2022), las plataformas de e-commerce han desarrollado diversas herramientas para combatir el fraude, incluyendo sistemas de monitoreo avanzado con inteligencia artificial y aprendizaje automático. Aplicar estos mecanismos al comercio electrónico permitiría reducir fraudes y mejorar la experiencia del usuario al garantizar transacciones más seguras y transparentes.

#### **4.2. Modelos de protección y atención al consumidor financiero aplicables al comercio electrónico**

El sector financiero ha desarrollado modelos de protección al consumidor que garantizan sus derechos y agilizan la resolución de conflictos, fortaleciendo la confianza en los servicios digitales. Según Anaya Saade (2020), las políticas de protección en Colombia han sido clave para operaciones seguras en canales bancarios electrónicos. Aplicar estas estrategias al comercio electrónico mejoraría la regulación de contratos, la resolución de disputas y la atención al usuario, fortaleciendo la seguridad jurídica y la confianza en las transacciones digitales.

Como se dijo, uno de los pilares fundamentales en la protección del consumidor financiero ha sido el establecimiento de Defensores del Consumidor Financiero. El modelo de defensoría del consumidor ha demostrado ser una herramienta eficaz para la protección de los derechos del usuario y la agilización de los procesos de reclamación (Barrero García, 2017). La implementación de una figura similar en el comercio electrónico permitiría mejorar la protección de los consumidores, facilitando la mediación en conflictos con plataformas digitales y agilizando la atención de reclamos.

Asimismo, un aspecto fundamental en la regulación del sector financiero es la obligación que tienen las entidades de informar a los clientes sobre la identidad y los datos de contacto de su Defensor del Consumidor Financiero. Según la Ley 1328 de 2009 y el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero (EOSF), las entidades deben garantizar que esta información sea clara y accesible en cualquier comunicación dirigida al cliente, especificando quién es el defensor principal, su suplente y los canales disponibles para contactarlos. Esta medida asegura que los

consumidores siempre cuenten con un mecanismo efectivo para presentar sus reclamaciones y resolver conflictos con las entidades financieras. Si este requisito se implementara en el comercio electrónico, los consumidores tendrían una vía clara para resolver disputas con proveedores digitales, fortaleciendo la confianza en las plataformas de compra en línea y mejorando la protección de sus derechos.

Además, el sector financiero ha desarrollado normativas estrictas para la atención al cliente, estableciendo tiempos máximos de respuesta a reclamaciones, mecanismos de seguimiento y sanciones para las entidades que incumplan con sus obligaciones. La Ley 1480 de 2011 exige que los proveedores respondan oportunamente a las reclamaciones, mientras que la SIC ha implementado herramientas para facilitar su seguimiento y sancionar incumplimientos. Según Anaya Saade (2020), las entidades bancarias han implementado estrategias para minimizar riesgos en transacciones electrónicas, ofreciendo mecanismos de seguridad y protocolos para la gestión de reclamaciones, lo que ha fortalecido la confianza del usuario en el sistema financiero. Si estas medidas fueran aplicadas al comercio electrónico, se reduciría significativamente la incertidumbre de los consumidores y se generaría un entorno de mayor confianza en las compras en línea.

Basándonos en lo establecido en la Ley 1328 de 2009, el Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC) exige a las entidades financieras contar con procedimientos claros para la recepción y resolución de quejas, así como implementar estrategias de educación financiera para que los usuarios conozcan sus derechos y prevengan fraudes. Este enfoque, basado en la eficiencia y la protección del consumidor, podría aplicarse al comercio electrónico mediante la creación de un ente especializado en la mediación de conflictos digitales y campañas de formación para los compradores en línea, fortaleciendo su confianza y seguridad en las transacciones electrónicas.

Se puede decir entonces que la adopción de modelos de protección y atención al consumidor financiero en el comercio electrónico podría fortalecer la seguridad jurídica de las transacciones digitales, agilizar la resolución de disputas y generar confianza en los consumidores. La regulación de contratos digitales, la implementación de defensores del consumidor electrónico y la creación de protocolos claros de atención al usuario son medidas que contribuirían significativamente a la consolidación de un ecosistema digital más seguro y eficiente.

### 4.3. Análisis de SARLAFT y SAGRILAFT en la prevención de fraudes en entornos digitales

El comercio electrónico, al igual que el sector financiero, enfrenta importantes desafíos en la prevención de fraudes y actividades ilícitas. En este contexto, el Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SARLAFT) y su versión aplicada a grupos empresariales, SAGRILAFT, han sido fundamentales en el sector financiero para garantizar la transparencia en las transacciones y prevenir delitos financieros. Su aplicación en el comercio electrónico podría representar una herramienta clave para fortalecer la seguridad de las plataformas digitales y mitigar riesgos asociados a operaciones fraudulentas.

SARLAFT y SAGRILAFT funcionan mediante la implementación de estrategias de identificación y monitoreo de transacciones inusuales, el reporte de actividades sospechosas y la aplicación de medidas de debida diligencia en la verificación de clientes y proveedores. Según Zona Díaz, Reyes Cabrera y Silva Albarrán (2023), estos sistemas permiten monitorear transacciones sospechosas y garantizar la trazabilidad de los movimientos financieros. La adopción de estos mecanismos en el comercio electrónico facilitaría la identificación de transacciones fraudulentas, previniendo el uso indebido de plataformas digitales para actividades ilícitas.

En la práctica, estos sistemas permiten establecer filtros más estrictos en las transacciones en línea, exigir validaciones de identidad más robustas y generar alertas tempranas ante movimientos sospechosos. Plataformas como Mercado Libre y Linio han implementado procesos de validación de identidad para vendedores, utilizando métodos como la autenticación mediante OTP (código único) y validaciones con inteligencia artificial a partir de imágenes de documentos y reconocimiento facial (González y Ramírez, 2021).

En el comercio electrónico, estos sistemas podrían ayudar a prevenir fraudes relacionados con el robo de identidad, el uso indebido de tarjetas de crédito y las estafas en plataformas de pago. Además, permitirían a las empresas implementar medidas de seguridad más estrictas en la verificación de proveedores y evitar la comercialización de productos ilícitos o falsificados. La Ley 1480 de 2011 ya exige que los proveedores suministren datos claros sobre su identidad y los productos comercializados, así como que se registren ante la Cámara de Comercio, lo que refuerza la importancia de estos mecanismos.

Finalmente, la implementación de estos sistemas fortalecería la cooperación internacional en la lucha contra el fraude en línea. Muchas transacciones digitales se realizan a través de

plataformas extranjeras, lo que dificulta la aplicación de regulaciones nacionales. Sin embargo, con la integración de estos mecanismos y la adopción de estándares internacionales en la prevención de fraudes, se podría generar un marco normativo más sólido que brinde mayor protección a los consumidores colombianos (Zona Díaz, Reyes Cabrera y Silva Albarrán, 2023).

## **5. Propuestas para el fortalecimiento de la protección del consumidor digital**

La evolución del comercio electrónico y la creciente digitalización de las relaciones comerciales han generado la necesidad de reforzar la protección del consumidor en entornos digitales. En Colombia, el marco normativo vigente, si bien ha avanzado en la regulación del comercio electrónico y la protección de datos personales, enfrenta desafíos en cuanto a su actualización y aplicación efectiva. A continuación, se presentan propuestas para modernizar y fortalecer la regulación del comercio electrónico y la posible integración de herramientas financieras en la protección del consumidor digital.

Según López (2024), en este contexto, diversas iniciativas han buscado actualizar el marco normativo colombiano en materia de comercio electrónico. Estas propuestas apuntan a armonizar la legislación con las tendencias globales y garantizar un entorno digital más seguro para los consumidores. Entre las áreas prioritarias se encuentran la regulación de plataformas de intermediación, la protección reforzada de datos personales y la optimización de los mecanismos de resolución de conflictos en línea.

### **5.1. Estrategias para modernizar la regulación del comercio electrónico en Colombia**

La normativa colombiana en materia de comercio electrónico se encuentra principalmente regulada en la Ley 527 de 1999, el Estatuto del Consumidor, y normas complementarias como la Ley 1581 de 2012 sobre protección de datos personales. Sin embargo, la rápida evolución del intercambio digital ha generado la necesidad de modernizar y armonizar estas disposiciones con los estándares internacionales.

Como indica López (2024), uno de los cambios más relevantes en la regulación actual ha sido la reducción del plazo para devoluciones y la introducción de mecanismos que agilizan el proceso de reembolso en compras digitales. Esto no solo beneficia a los consumidores al garantizar respuestas más rápidas ante reclamaciones, sino que también incentiva a las empresas a mejorar sus prácticas de atención y cumplimiento con las normas de comercio electrónico.

Como lo señala María Fernanda Quiñones, presidenta ejecutiva de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, “el comercio electrónico debe consolidarse como la base del crecimiento económico que queremos para el país en el marco de la transformación digital, en esencia porque

tiene la capacidad de dinamizar los intercambios económicos de las personas” (Quiñones, 2019, párr. 2). Construir estas bases no solo beneficia la cotidianidad del comercio, sino que también fortalece la competitividad del país a nivel global. Esto evidencia la importancia de implementar estrategias regulatorias que impulsen el comercio digital y garanticen su adecuado funcionamiento en Colombia.

Algunas estrategias clave incluyen:

1. **Actualización normativa y armonización con estándares internacionales:** Es fundamental adaptar la legislación nacional a modelos de referencia internacionales, como las directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Según la Cancillería (2022), esta organización se enfoca en la cooperación internacional para promover la prosperidad, la igualdad y el bienestar de las personas, además de desarrollar estándares globales. Cabe destacar que Colombia forma parte de la OCDE desde el año 2020, lo que resalta la importancia de alinear su marco normativo con las mejores prácticas internacionales en materia de protección al consumidor digital.

Asimismo, pueden tomarse como referencia las regulaciones de la Comisión Federal de Comercio (FTC) de Estados Unidos. Según esta entidad, su labor se centra en garantizar la eficiencia del mercado de consumo, hacer cumplir las leyes federales de protección al consumidor, prevenir prácticas engañosas y fraudulentas, y promover la competencia.

De igual manera, las normativas de la Unión Europea, en particular la Ley de Servicios Digitales (DSA) y la Ley de Mercados Digitales (DMA), ofrecen un marco sólido que Colombia podría tomar como referente para fortalecer su regulación en materia de consumo digital. Según la Comisión Europea, la DSA tiene como objetivo crear un entorno digital más seguro y responsable, donde se protejan los derechos fundamentales de todos los usuarios de los servicios digitales, mientras que la DMA busca garantizar condiciones de competencia más justas, especialmente frente a grandes plataformas que actúan como guardianes de acceso. Este conjunto normativo también enfrenta desafíos como la venta de bienes ilícitos en línea y la propagación de desinformación. Adoptar o adaptar estos principios permitiría a Colombia cerrar vacíos legales y brindar a los consumidores una protección equiparable a la de mercados digitales más avanzados.

2. **Fortalecimiento de mecanismos de supervisión y sanción:** Para garantizar una protección efectiva del consumidor digital, la SIC debe contar con herramientas tecnológicas avanzadas que le permitan regular y supervisar de manera eficiente las plataformas digitales, así

como imponer sanciones efectivas ante prácticas comerciales abusivas o fraudulentas. Es fundamental fortalecer su capacidad de monitoreo para asegurar el cumplimiento de las normativas sobre comercio electrónico y protección de datos personales.

En este sentido, la reciente normativa ha introducido una nueva categorización para las plataformas digitales, denominadas “portales de contacto”, diferenciándolas de los marketplaces tradicionales. Esta distinción es crucial, ya que define con mayor claridad las responsabilidades de las plataformas que facilitan transacciones sin intervenir directamente en el proceso de compraventa. Al delimitar su rol dentro del ecosistema digital, se impacta directamente la aplicación de garantías y derechos del consumidor en estos entornos, proporcionando un marco normativo más preciso y equilibrado (López, 2024).

3. Mayor transparencia en la información y términos contractuales: Se debe exigir a las plataformas digitales que presenten de manera clara y accesible los términos y condiciones, políticas de devoluciones y garantías. Esto es clave para evitar cláusulas abusivas y fortalecer el derecho de los consumidores a la información.

4. Protección efectiva frente a fraudes y publicidad engañosa: La regulación debe contemplar medidas para fortalecer la autenticación de usuarios mediante el uso de tecnologías avanzadas, como la verificación biométrica y la autenticación multifactor, con el fin de reducir el riesgo de suplantación de identidad y fraudes electrónicos. Asimismo, es fundamental establecer estándares más rigurosos contra el phishing y el uso indebido de datos personales en estrategias de marketing digital, garantizando que las empresas cumplan con principios de transparencia y consentimiento informado en el tratamiento de la información de los consumidores.

Además, se deben reforzar las sanciones contra la publicidad engañosa y el uso de algoritmos que manipulen la percepción de los consumidores, especialmente en plataformas de comercio electrónico y redes sociales. Esto incluye la regulación de estrategias como la fijación dinámica de precios basada en perfiles de usuario o la manipulación de reseñas y calificaciones para inducir decisiones de compra. Un marco normativo más estricto en este aspecto no solo protegería a los consumidores, sino que también promovería prácticas comerciales más éticas y equitativas en el entorno digital.

5. Implementación de mecanismos alternativos de solución de controversias (ODR): La adopción de sistemas de resolución de disputas en línea permitiría a los consumidores acceder a soluciones rápidas y efectivas sin necesidad de acudir a procesos judiciales prolongados. Estos

mecanismos han sido implementados con éxito en otros países, facilitando la resolución de conflictos entre consumidores y proveedores de bienes y servicios en el comercio digital.

Para garantizar su efectividad, es necesario establecer plataformas accesibles y transparentes que permitan la gestión de reclamaciones en línea, incluyendo mediación y arbitraje digital. Asimismo, la regulación debería incentivar la adopción de estos sistemas por parte de las empresas, promoviendo su uso como una alternativa eficiente a los procedimientos tradicionales de reclamación.

La integración de inteligencia artificial y tecnologías de automatización en estos mecanismos también podría optimizar la resolución de disputas, reduciendo costos y tiempos de espera. Con ello, se mejoraría significativamente el acceso a la justicia en el comercio digital, brindando a los consumidores mayor confianza y seguridad en sus transacciones en línea.

## **5.2. Integración de herramientas financieras en la protección del consumidor digital**

El desarrollo del ecosistema financiero digital ha traído consigo nuevas oportunidades, pero también desafíos para la protección del consumidor. La creciente adopción de medios de pago electrónicos y criptomonedas hace necesaria la implementación de mecanismos de seguridad y regulación financiera orientados a garantizar la transparencia y confianza en las transacciones digitales.

López (2024) afirma que un aspecto relevante en la regulación financiera digital es la categorización de los costos tecnológicos asociados a las transacciones electrónicas. La legislación reciente ha establecido criterios más claros sobre qué costos pueden ser trasladados al consumidor y cuáles deben ser asumidos por las plataformas, garantizando una distribución más equitativa de los gastos operativos.

Las siguientes estrategias pueden contribuir a fortalecer la protección del consumidor digital en estos ámbitos:

1. **Regulación específica de medios de pago digitales:** Dada la creciente adopción de pagos electrónicos en el país, resulta esencial establecer un marco normativo que garantice su seguridad, eficiencia e interoperabilidad. La SIC debe continuar desarrollando normativas específicas para regular las plataformas de pago digitales, asegurando que operen bajo principios de transparencia y protección al consumidor. Además, se debe consolidar un marco regulatorio

claro para los pagos digitales y billeteras electrónicas, promoviendo su masificación y accesibilidad. Como lo señala Felipe Lega, "Colombia necesita dinamizar el comercio electrónico como una herramienta clave para su desarrollo económico. En este proceso es indispensable consolidar avances en la inclusión financiera y modernizar el sistema de pagos" (Lega, 2019, párr.4).

2. Educación financiera digital: La implementación de programas de educación financiera en colaboración con entidades gubernamentales, privadas y académicas es fundamental para reducir la vulnerabilidad de los consumidores frente a fraudes y malas prácticas en el comercio digital. En un entorno donde cada vez más transacciones se realizan en línea, la falta de conocimiento sobre derechos y mecanismos de protección puede llevar a decisiones desfavorables para los usuarios.

Es necesario desarrollar estrategias educativas accesibles, con un enfoque práctico, que permitan a los consumidores identificar publicidad engañosa, comprender los términos y condiciones de las plataformas digitales y conocer sus derechos en materia de devoluciones y garantías. En este sentido, iniciativas como el programa Educación Financiera para Todos, promovido por la Superintendencia Financiera de Colombia, representan un avance clave, ya que buscan "formar criterio para la toma de decisiones" (SFC, s.f., párr. 2) y fomentar la comprensión de conceptos financieros esenciales mediante contenidos interactivos, cursos gratuitos y certificados. Asimismo, las campañas de alfabetización digital deben incluir información sobre la seguridad en pagos electrónicos, la protección de datos personales y la identificación de fraudes comunes en el comercio electrónico.

3. Mejoramiento de los mecanismos de reclamación y reversión de pagos: Para fortalecer la confianza en el comercio digital, es imprescindible optimizar los procedimientos de reclamación y reversión de pagos en casos de fraude o incumplimiento contractual. Actualmente, muchos consumidores enfrentan barreras burocráticas y demoras prolongadas en la solución de sus disputas, lo que dificulta el ejercicio efectivo de sus derechos.

Las plataformas de comercio electrónico y las entidades financieras deben garantizar procesos más ágiles y accesibles, con tiempos de respuesta estandarizados y mecanismos claros para que los usuarios puedan presentar y hacer seguimiento a sus reclamaciones. En este sentido, la reciente modificación normativa que redujo el plazo para reembolsos de 30 a 15 días calendario es un avance importante en esa dirección, ya que no solo permite a los consumidores obtener una

solución más rápida, sino que también les da la posibilidad de elegir el medio por el cual desean recibir su dinero. Como lo destaca la Revista P&M (2025), esta medida busca responder a la necesidad de brindar mayor confianza y seguridad en las relaciones de consumo digital, fortaleciendo la experiencia del usuario y promoviendo mejores prácticas por parte de las empresas. Esta modificación no solo beneficia a los usuarios, sino que también presiona a las empresas a mejorar sus canales de atención y a cumplir con estándares más altos de servicio. Aun así, es clave que la normativa siga avanzando en mecanismos de control y vigilancia, incluyendo sanciones más severas en caso de incumplimientos, para garantizar que estas obligaciones realmente se cumplan.

La transformación digital en el comercio ha traído múltiples beneficios, pero también ha generado nuevos desafíos en la protección del consumidor, por lo que la modernización de la regulación debe ir acompañada de estrategias efectivas de supervisión y herramientas que permitan a los usuarios operar con mayor seguridad y confianza en entornos digitales. En este sentido, la protección del consumidor digital en Colombia requiere un marco normativo actualizado que garantice transparencia y equidad en las relaciones de consumo electrónico. La educación y la regulación deben complementarse para prevenir abusos y fortalecer la confianza de los usuarios en el ecosistema digital. Asimismo, la supervisión estatal y la armonización con estándares internacionales son esenciales para lograr una regulación efectiva que se adapte a la evolución constante de la tecnología y las dinámicas del comercio digital.

## Conclusiones

El presente estudio evidenció que el Estatuto del Consumidor colombiano, en su configuración actual, resulta insuficiente para responder a los desafíos que plantea el comercio electrónico. En particular, se identificaron limitaciones en la efectividad de derechos fundamentales como el retracto, el control sobre la publicidad engañosa y los mecanismos de reclamación en línea. Esta insuficiencia se agrava en el contexto de las transacciones internacionales, donde la normativa nacional carece de aplicación extraterritorial, generando vacíos significativos en la protección del consumidor frente a plataformas extranjeras. En contraposición, el sector financiero ha logrado consolidar mecanismos eficaces de supervisión digital, prevención de fraudes y atención al usuario, lo que sugiere la posibilidad de adaptar estas experiencias regulatorias exitosas al ámbito del comercio electrónico. Estos hallazgos permiten sustentar el aporte de esta investigación al estudio del derecho del consumidor en entornos digitales, así como proponer líneas de mejora normativa orientadas a garantizar una protección más efectiva y moderna.

En términos académicos, este trabajo aportó al estudio del derecho del consumidor al sistematizar y problematizar los principales desafíos que plantea el comercio electrónico en Colombia. A partir de un enfoque dogmático y descriptivo, y mediante el uso de análisis documental cualitativo, se evidenció que la aplicación analógica del Estatuto del Consumidor no resulta suficiente para enfrentar problemáticas como la territorialidad de la protección jurídica, la asignación de responsabilidades a las plataformas digitales, y la garantía de seguridad y transparencia en las transacciones electrónicas. De esta manera, se ofreció una lectura crítica del marco normativo colombiano vigente, y se propusieron orientaciones que podrían contribuir al fortalecimiento de la protección del consumidor digital, tomando como referente las buenas prácticas del sector financiero. Esta reflexión no solo se inserta en el debate nacional sobre el derecho del consumo, sino que también dialoga con los estándares internacionales y con la necesidad de armonizar la normativa local con las exigencias de un mercado globalizado.

No obstante, este estudio presenta limitaciones que abren la puerta a futuras investigaciones. En particular, se sugiere la realización de estudios empíricos que permitan conocer la percepción de los consumidores digitales respecto a la eficacia de los mecanismos de protección actualmente disponibles. Asimismo, sería pertinente explorar con mayor profundidad el impacto

de los sistemas de resolución de conflictos en línea (ODR, por sus siglas en inglés) en la garantía de los derechos del consumidor, especialmente en contextos transfronterizos. Finalmente, resulta necesario avanzar en el análisis comparado de modelos normativos internacionales para proponer reformas legislativas concretas y contextualizadas. En este sentido, el presente trabajo no pretende clausurar el debate, sino ofrecer una base sólida para continuar construyendo un marco jurídico más justo, dinámico y adaptado a los retos del entorno digital contemporáneo.

## Referencias

- Anaya Saade, C. (2020). Protección del consumidor financiero en Colombia en el uso de canales electrónicos bancarios. *Vniversitas*, 69. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.vj69.pcms>
- Arango, P. Z., González, D. V. y Valencia, J. A. (2019). El comercio electrónico Business to Consumer y su adopción en el consumidor de la ciudad de Manizales - Colombia. *NOVUM*, 10-24.
- Borrero García, J. (2017). *El Defensor del Consumidor Financiero como conciliador*. [Trabajo de grado de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12494/211>
- Cancillería, (2022). *Organización para la cooperación y el desarrollo económicos (OCDE)*. <https://www.cancilleria.gov.co/internacional/politica/economico/OCDE>
- Comisión Europea. (s.f.). *Paquete sobre la ley de servicios digitales*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/digital-services-act-package>
- Comisión Federal de Comercio. (s.f.). *FTC en español*. <https://www.ftc.gov/es>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. (2017). *Protección de los consumidores en el comercio electrónico*. [https://unctad.org/system/files/official-document/cicplpd7\\_es.pdf?utm\\_source=](https://unctad.org/system/files/official-document/cicplpd7_es.pdf?utm_source=)
- Congreso de la República de Colombia. (18 de agosto de 1999). Ley 527. 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. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4276>
- Congreso de la República de Colombia. (15 de julio de 2009). Ley 1328. Por la cual se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36841>
- Congreso de la República de Colombia. (12 de octubre de 2011). Ley 1480. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

- Corrales-Liévano, J.D., Ruiz-Medina, C.J. y Angulo-Camargo, M.F. (2019). Evaluación de impacto del comercio electrónico en las ventas de las pymes en Colombia: un análisis econométrico. *Clío América*, 13(26), 328-339.
- Cunningham Swaim, LLP. (2021). *Amazon moves away from arbitration in customer disputes*. <https://www.cunninghamswaim.com/blog/2021/08/amazon-moves-away-from-arbitration-in-customer-disputes/>
- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2019). *eCommerce Summit resalta la importancia de la masificación de pagos electrónicos en Colombia*. <https://n9.cl/3o7qi>
- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2023). *El comercio electrónico como herramienta de promoción de ventas seguras y de productos legales y legítimos en el mercado colombiano*. <https://n9.cl/rpwmlm>
- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2023). *El eCommerce en Colombia: Un mercado en constante expansión y oportunidades*. <https://n9.cl/iir42>
- Díaz Bolívar, S. y Bustamante Rúa, M. (2022). Análisis de los sistemas de solución de conflictos en línea en el mundo y propuesta para su implementación en Colombia. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 11(2), 245-276. <https://n9.cl/t7vkaf>
- EUR LEX. (2016). Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council. <http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>
- García-Arenas, D. V. (2021). *Protección del consumidor en el comercio electrónico en Colombia*. [Trabajo de grado de pregrado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio institucional. <http://hdl.handle.net/11634/32142>
- Guio-Molano, M. (2019). *La protección jurídica del consumidor del comercio electrónico: acercamiento a la situación en Colombia y el ámbito internacional*. [Trabajo de grado de pregrado, Universidad Católica de Colombia]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/10983/23816>
- Lozada-Pimiento, N. y Becerra-Sánchez, J. (2018). *De 20 años a 2 meses: Arbitraje Online en Colombia*. Universidad Externado de Colombia. <https://n9.cl/ggg0g>
- López, J. P. (2024). *Rechazo de objeciones presidenciales: Tenemos nueva Ley de Comercio Electrónico en Colombia*. Legis. <https://n9.cl/yw2vv>

- Martinello, B. (2024). *Las medidas de protección de los consumidores*. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/47/las-medidas-de-proteccion-de-los-consumidores>
- Martínez, D. F. y Pabón, E. (2023). Análisis de las decisiones de la Superintendencia de Industria y Comercio frente al desarrollo, aplicación y protección de los derechos del consumidor electrónico. *Revista Científica Códex*, 54–92.
- P&M. (2025). *Día del consumidor: La reforma al estatuto del consumidor y sus implicaciones*. <https://n9.cl/vka9js>
- Presidente de la República de Colombia. (2 de abril de 1993). Decreto 663. Por medio del cual se actualiza el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y se modifica su titulación y numeración. [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/estatuto\\_organico\\_sistema\\_financiero.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/estatuto_organico_sistema_financiero.html)
- Presidente de la República de Colombia. (7 de septiembre de 1998). Decreto 1818. Por medio del cual se expide el Estatuto de los mecanismos alternativos de solución de conflictos. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=6668>
- Presidente de la República de Colombia. (23 de diciembre de 2011). Decreto 4886. Por medio del cual se modifica la estructura de la Superintendencia de Industria y Comercio, se determinan las funciones de sus dependencias y se dictan otras disposiciones. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66371>
- Putri Ariawan, A. (2023). Analysis of dispute resolution in the marketplace for consumer losses: a comparative study between shopee and amazon. *Lex Prudentium Law Journal*, 1(2), 122-138.
- Pérez-Ramírez, D. (2014). *La protección al consumidor en el comercio electrónico en Colombia*. [Trabajo de grado de pregrado, Universidad Pontificia Bolivariana]. Repositorio institucional. <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/4984/Proteccion%20al%20consumidor%20comercio%20electronico.pdf?sequence=1>
- Resolution Systems Institute. (2022). *Online dispute resolution*. <https://s3.amazonaws.com/aboutrsi/59316376f8851827014cb4de/ODR-Special-Topic.pdf>

- Salinas-Ramírez, L. V. y Rodríguez Forero, A. P. (2023). *Protección al consumidor dentro del comercio electrónico en Colombia*. [Trabajo de grado de pregrado, Universidad Libre Bogotá]. Repositorio institucional.  
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/25507/TRABAJO%20DE%20INVESTIGACION%20PROTECCION%20AL%20CONSUMIDOR%20%282%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Superintendencia Financiera de Colombia. (s.f.). *Educación financiera para todos*.  
<https://www.superfinanciera.gov.co/educacionSFC/>
- Varón-Bravo, L. A. (2021). *Protección al consumidor colombiano en el marco del comercio electrónico transfronterizo*. [Trabajo de grado de maestría, Universidad Externado de Colombia]. Repositorio institucional.  
<https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstreams/401ae426-c06145da-8c1b-551980c76759/download>
- Zona Díaz, L., Reyes Cabrera, S. y Silva Albarrán, J. (2023). *Estándares de compliance y due diligence en reporte de Información Financiera para la prevención de fraudes*. [Trabajo de grado de pregrado, Politécnico Grancolombiano]. Repositorio institucional.  
<http://hdl.handle.net/10823/6948>