

LA PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES EN EL SIGLO XXI, ACTUALIDAD Y DESAFÍOS.

Juan Carlos Villalba Cuéllar

Universidad Militar Nueva Granada, Colombia

juan.villalba@unimilitar.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-3592-9819>

Docente de Planta Facultad de Derecho Universidad Militar Nueva Granada

Abogado, docente e investigador, miembro de la línea en Derecho Económico y de los Negocios, grupo en Derecho Privado del Centro de Investigaciones de la Facultad de Derecho de la Universidad Militar Nueva Granada. Director de Postgrados de la Facultad de Derecho de la Universidad Militar Nueva Granada.

Magíster LLM en Derecho francés, europeo e internacional de negocios de la Universidad Panthéon-Assas Paris II y el Instituto de Derecho Comparado de Paris (Francia). Especialista en docencia universitaria. *juan.*

Resumen

La protección del consumidor en el siglo XXI se enfrenta a grandes desafíos. A pesar de las normas existentes, la eficacia de la protección es limitada por la falta de voluntad política, recursos y la irracionalidad del consumidor. Nuevos desafíos como el comercio electrónico, el uso de datos personales y la publicidad dirigida exigen nuevas soluciones. Se necesitan mecanismos automatizados e inteligencia artificial para resolver quejas online, pero con apego a las normas de protección al consumidor. La sociedad debe trabajar en conjunto para lograr una protección efectiva del consumidor en este nuevo contexto.

Palabras clave: Consumidor, derecho del consumo, protección al consumidor, comercio electrónico, datos personales, publicidad dirigida, plataformas digitales, consumidores digitales, inteligencia artificial, ODR, derecho de la competencia, derecho de la protección de datos.

Editorial

El contexto actual de predominio de economías de libre mercado globalizadas adquiere especial relevancia la protección al consumidor, pues acogiendo aquella famosa frase del presidente Kennedy “consumidores somos todos”, ya que cada uno de nosotros en la vida cotidiana actúa en escenarios de consumo. Para tal fin, la mayoría de los Estados cuenta hoy en día con normas y autoridades encaminadas a proteger los derechos de los consumidores, sujetos de especial protección como último eslabón de la cadena de valor y parte débil en las relaciones de consumo, tal y como lo ha predicado la Corte Constitucional colombiana (Sentencia C- 1141 de 2000). Desde la perspectiva, las normas vigentes de hace décadas buscan proteger al consumidor contra el abuso contractual, aumentar su capacidad de raciocinio al contratar a través de la obligación de información y proteger su salud y seguridad por medio del control de la circulación de productos seguros en el mercado. Así mismo se busca que los consumidores se protejan mejor a través de su participación activa en organizaciones

que los representen en las decisiones que les conciernen en diferentes escenarios. A ese complejo normativo se le ha denominado el derecho del consumo o derecho de la protección al consumidor. No obstante, y a pesar que a través de la implementación de esos mecanismos de protección se ha mejorado sustancialmente, la situación de los consumidores en los diferentes contextos en que se desenvuelven es compleja y revela diferentes matices, por lo que todavía queda mucho camino por recorrer y las problemáticas que los aquejan son palpables, señalaremos algunas de ellas. Primero, la eficacia de estas normas es relativa, muchas de ellas reposan en el mero papel, por diferentes motivos, entre los cuales señalaremos la falta de voluntad política, la presión de grupos de interés, la falta de recursos y herramientas de protección de autoridades nacionales y actores privados involucrados en el tema. Sobre todo, una razón llama la atención, proteger al consumidor es más difícil de lo que se cree, y nos referiremos a esto. La psicología del consumidor y la economía del comportamiento han demostrado que las personas cuando actúan como consumidores son más descuidados que en el promedio de actividades que realizan, de tal forma que la irracionalidad predomina en la conducta. Esto es fácil de comprobar, pues nadie lee en su totalidad un contrato de adhesión al firmarlo o aceptarlo, un consumidor le da click sin precaución alguna a los términos y condiciones que le imponen, toma decisiones apresuradas en todo sentido, a pesar de contar con información técnica o estadísticas a la mano en algunos casos. Por ejemplo, muy pocos escogen a su operador de telefonía móvil o a su banco con base en información seria disponible, ante una promoción u oferta tentadora muchos caen. En fin, cabe preguntarse cómo proteger a alguien que actúa como si no le importaran las consecuencias de sus conductas, pero allí mismo, en la irracionalidad probada y la debilidad con que actúa se justifica con mayor razón que el consumidor debe ser protegido. Así las cosas, lograr una protección efectiva es un desafío mayor que aún en países desarrollados en los que se habla del tema hace más de cuarenta años se esfuerzan en lograr. Esta es una tarea aún pendiente en el contexto colombiano.

De otro lado, en los últimos años se vienen experimentando una serie de cambios que plantean nuevos desafíos para la efectiva protección al consumidor. La consolidación del comercio electrónico, la masificación del uso de los smartphones, el boom de las redes sociales, a lo que se suma la conformación de verdaderos gigantes digitales como Google, Microsoft, Apple, Amazon, Meta, ha

planteado un nuevo contexto para la protección a los consumidores, los ecosistemas digitales. En el mundo de la hiperconexión los consumidores se convierten en ciudadanos digitales y pueden ser objeto de abusos. Uno de ellos tiene que ver con el uso de los datos personales, que permite prácticas como la venta de estos a terceros para marketing y publicidad digital, e incluso su destinación abusiva para fines electorales, como sucedió en el caso de facebook analytika. Adicionalmente se usa el perfilamiento de consumidores a través de algoritmos en las plataformas digitales para fines de publicidad dirigida con riesgos de manipulación y discriminación, entre otras prácticas frente a las cuales el derecho hasta ahora no tiene solución. En el contexto europeo y estadounidense el combate contra estos gigantes y sus prácticas de abuso de posición dominante con los consumidores ya comenzó, no exento de tensiones políticas, además con la reciente expedición del Digital Market Act. En la Unión Europea, mientras que en el contexto de los Estados Latinoamericanos asistimos pasivos a este escenario. Hoy en día se habla de mecanismos automatizados e inteligencia artificial para resolver quejas de consumidores y resolver conflictos on-line (ODR), sin embargo, esto requiere alguna regulación para que se adapte al cumplimiento de normas que promueven el respeto de los principios y derechos de los consumidores. Es necesario por lo tanto que pronto los Estados comiencen a actuar y que los consumidores digitales encuentren a través del derecho del consumo, del derecho de la protección de datos y del derecho de la competencia la forma de ser protegidos debidamente. Nuevas formas de debilidad aparecen y los riesgos para los consumidores deben ser controlados. Así las cosas, a los obstáculos tradicionales se suman problemas actuales, por lo cual resulta evidente que proteger a los consumidores en pleno siglo XXI es un desafío mayor. Como sociedad nos queda mucho por hacer para lograr la anhelada protección efectiva.

Luego de esta breve introducción al contexto actual de la protección al consumidor, me permito presentar a ustedes los artículos resultados de investigación de los estudiantes de pregrado de la Facultad de Derecho de la Universidad Militar Nueva Granada que son resultados de sus investigaciones llevadas a cabo en el semillero de Derecho del Consumidor y en el semillero de Aspectos contemporáneos del Derecho Contractual, este último a cargo de la Dra. Andrea Carolina Pérez Forero. Tocan temáticas y aspectos novedosos desde un abordaje metodológicamente guiado

Nuevos desafíos DERECHO



con lo que se espera hacer un aporte desde la investigación formativa a la doctrina sobre la materia en el derecho colombiano.