

Autonomía de la voluntad y consumo sostenible en el comercio electrónico: tensiones del Derecho colombiano¹

Autonomy of will and sustainable consumption in electronic commerce: tensions of colombian law

Autonomia da vontade e consumo sustentável no comércio eletrônico: tensões do direito colombiano

Eduardo Andrés Calderón Marengo²

Recibido: 20 de octubre de 2023

Aprobado: 24 de enero de 2024

Publicado: 20 de marzo de 2024

Cómo citar este artículo:

Eduardo Andrés Calderón Marengo. *Autonomía de la voluntad y consumo sostenible en el comercio electrónico: tensiones del Derecho colombiano*. Especial DIXI -RI/INS 2024 | II Congreso Internacional y Multicampus de Investigación Socio Jurídica: Nuevas dinámicas del derecho en el contexto iberoamericano, 1-42. DOI: <https://doi.org/10.16925/2357-5891.2024.03.05>

Mesa de Derecho y Nuevas Tecnologías. <https://doi.org/10.16925/2357-5891.2024.03.05>

- ¹ Artículo derivado del proyecto de investigación: "A implementação das Diretrizes das Nações Unidas de Proteção ao Consumidor, de 2015, em matéria de consumo sustentável, no Direito brasileiro", de la Universidad de Vale do Rio dos Sinos (Brasil), coordinado por la profesora Dra. Luciane Klein Vieira, respecto al cual el autor está vinculado como investigador externo (Universidad Cooperativa de Colombia, sede Bogotá).
- ² Doctor en Derecho de la Universidad Externado de Colombia. Investigador posdoctoral de la Universidad Pública de Navarra (España) y de la Universidad Americana (Nicaragua). Profesor investigador del Centro de Investigaciones Jurídicas, Políticas y Sociales (Cifad) de la Facultad de Derecho de la Universidad Cooperativa de Colombia, sede Bogotá.

Correo electrónico: eduardo.calderon@campusucc.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7840-6495>



Resumen

El artículo aborda un tema de gran relevancia en la era digital y el comercio electrónico en Colombia, esto es, la tensión entre dos conceptos fundamentales: la autonomía de la voluntad y el consumo sostenible. La autonomía de la voluntad es un principio jurídico que defiende la capacidad de las partes para establecer sus propias condiciones en un contrato. En el contexto del comercio electrónico, implica que los consumidores tienen la libertad de elegir y comprar productos y servicios en línea según sus preferencias individuales. Sin embargo, esta autonomía puede entrar en conflicto con la necesidad de promover el consumo sostenible, referido a la práctica de consumir de manera consciente, teniendo en cuenta el impacto ambiental y social de los productos y servicios adquiridos. En Colombia, como en muchos otros lugares del mundo, existe una creciente preocupación por la sostenibilidad y la protección del medio ambiente, lo cual ha llevado a la implementación de regulaciones y políticas que buscan fomentar un consumo más responsable. El artículo explora cómo estas dos ideas, autonomía de la voluntad y consumo sostenible, a veces entran en conflicto en el contexto del comercio electrónico colombiano. Se examina cómo la legislación colombiana aborda estos desafíos, identificando posibles soluciones para equilibrar la autonomía del consumidor con la promoción de prácticas de consumo más sostenibles. En síntesis, el artículo destaca la importancia de encontrar un equilibrio entre la autonomía de la voluntad de los consumidores y la necesidad de promover el consumo sostenible en el comercio electrónico colombiano. A su vez, proporciona una visión crítica de las tensiones legales y sugiere posibles vías para abordar este dilema en beneficio tanto de los consumidores como del medio ambiente.

Palabras clave: autonomía de la voluntad, comercio electrónico, contratación en masa, contratos *Wrap*.

Abstract

The article addresses a topic of great relevance in the digital age and electronic commerce in Colombia, namely, the tension between two fundamental concepts: autonomy of will and sustainable consumption. The autonomy of will is a legal principle that defends the capacity of parties to establish their own conditions in a contract. In the context of electronic commerce, it implies that consumers have the freedom to choose and purchase products and services online according to their individual preferences. However, this autonomy can conflict with the need to promote sustainable consumption, referring to the practice of consuming consciously, taking into account the environmental and social impact of the products and services acquired. In Colombia, as in many other parts of the world, there is a growing concern for sustainability and environmental protection, which has led to the implementation of regulations and policies aimed at fostering more responsible consumption. The article explores how these two ideas, autonomy of will and sustainable consumption, sometimes clash in the context of Colombian electronic commerce. It examines how Colombian legislation addresses these challenges, identifying possible solutions to balance consumer autonomy with the promotion of more sustainable consumption practices. In summary, the article highlights the importance of finding a balance between consumer autonomy and the need to promote sustainable consumption in Colombian electronic commerce. It also provides a critical view of legal tensions and suggests possible ways to address this dilemma for the benefit of both consumers and the environment.

Keywords: Autonomy of will, electronic commerce, mass contracting, *Wrap* contracts.

Resumo

O artigo aborda um tema de grande relevância na era digital e no comércio eletrônico na Colômbia, ou seja, a tensão entre dois conceitos fundamentais: a autonomia da vontade e o consumo sustentável. A autonomia da vontade é um princípio jurídico que defende a capacidade das partes de estabelecerem suas próprias condi-

ções em um contrato. No contexto do comércio eletrônico, implica que os consumidores têm a liberdade de escolher e comprar produtos e serviços online de acordo com suas preferências individuais. No entanto, essa autonomia pode entrar em conflito com a necessidade de promover o consumo sustentável, referindo-se à prática de consumir de forma consciente, levando em consideração o impacto ambiental e social dos produtos e serviços adquiridos. Na Colômbia, como em muitos outros lugares do mundo, há uma crescente preocupação com a sustentabilidade e a proteção do meio ambiente, o que levou à implementação de regulamentações e políticas que buscam promover um consumo mais responsável. O artigo explora como essas duas ideias, autonomia da vontade e consumo sustentável, às vezes entram em conflito no contexto do comércio eletrônico colombiano. Examina como a legislação colombiana aborda esses desafios, identificando possíveis soluções para equilibrar a autonomia do consumidor com a promoção de práticas de consumo mais sustentáveis. Em síntese, o artigo destaca a importância de encontrar um equilíbrio entre a autonomia da vontade dos consumidores e a necessidade de promover o consumo sustentável no comércio eletrônico colombiano. Além disso, fornece uma visão crítica das tensões legais e sugere possíveis abordagens para resolver esse dilema em benefício tanto dos consumidores quanto do meio ambiente.

Palavras-chave: Autonomia da vontade, comércio eletrônico, contratação em massa, contratos Wrap.

I. INTRODUCCIÓN

La teoría clásica del contrato, también conocida como teoría contractual, considera que un contrato es un acto realizado por individuos y que su fuerza obligatoria se deriva de la autonomía de la voluntad de las partes. Esta teoría sostiene que la autonomía de la voluntad es el principio fundamental del contrato y es la base de todas las formas de contratación, así como la fuente del derecho contractual. Además, el principio de fuerza obligatoria, que es uno de los fundamentos básicos de este derecho, se basa en la autonomía de la voluntad, lo cual significa que las partes deben cumplir obligatoriamente lo que han acordado entre ellas de forma voluntaria. En resumen, esta teoría establece los principios de libertad contractual, *pacta sunt servanda* (los acuerdos deben ser cumplidos) y el efecto relativo de lo acordado¹.

La autonomía de la voluntad, que es el principio subyacente en los contratos, permite entender que las personas tienen la libertad de decidir qué relaciones desean o no establecer con otros individuos. Sin embargo, esta voluntad expresada en el contrato no siempre es respetada o protegida, especialmente debido a la formación y la configuración de una figura contractual que va en contra de este principio, la contratación en masa. Esta forma de contratación ha dado lugar al surgimiento de las condiciones generales de la contratación, que son cláusulas predispuestas e

1 Daniela Accatino. *La "teoría clásica" del contrato y la discusión sobre su adaptación judicial*. REVISTA CHILENA DE DERECHO, vol. 42, núm. 1. 2015. Pág. 35-56.

incorporadas en múltiples contratos exclusivamente por una de las partes². Estas condiciones generales se utilizan en contratos entre empresas o entre empresas y consumidores para establecer relaciones a gran escala de productos o servicios. Sin embargo, esto crea una crisis en relación con uno de los principios fundamentales de los contratos, la autonomía de la voluntad real, y pone de manifiesto el sacrificio de la voluntad en el proceso de configuración.

Por lo tanto, se busca equilibrar la relación contractual asimétrica que surge en este tipo de contratos, teniendo en cuenta que las condiciones generales se han vuelto comunes en el comercio electrónico, lo cual ha generado nuevas discusiones sobre mayores restricciones a la autonomía de la voluntad. En la era digital del siglo XXI, el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento sin precedentes, transformando la manera como los consumidores acceden a bienes y servicios. En este contexto de constante evolución tecnológica y globalización económica, la autonomía de la voluntad se erige como un pilar fundamental en el ámbito legal, con lo cual se les permite a los individuos ejercer su libre albedrío en la toma de decisiones comerciales. No obstante, en paralelo a este fenómeno, emerge una creciente preocupación por la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental, que plantea un desafío significativo al derecho colombiano y su capacidad para regular el comercio electrónico de manera eficaz y equitativa.

Este artículo explora las tensiones inherentes entre la autonomía de la voluntad y el consumo sostenible en el contexto del comercio electrónico en Colombia. A medida que los consumidores eligen productos y servicios en línea, la capacidad de tomar decisiones informadas y éticas se vuelve esencial. Sin embargo, esta autonomía de elección puede entrar en conflicto con los esfuerzos para promover prácticas comerciales sostenibles y reducir el impacto ambiental.

A lo largo de estas páginas, analizaremos cómo el derecho colombiano aborda estas tensiones, considerando la necesidad de proteger los derechos de los consumidores, fomentar el desarrollo económico y garantizar la sostenibilidad ambiental. Además, exploraremos las posibles soluciones y recomendaciones para lograr un equilibrio entre la autonomía de la voluntad y el consumo sostenible en el comercio electrónico, asegurando un futuro más justo y sostenible para todos los actores involucrados.

2 **Ricardo Pazos Castro. EL CONTROL DE LAS CLÁUSULAS ABUSIVAS EN LOS CONTRATOS CON CONSUMIDORES.** Thomson Reuters Aranzadi. (2017).

II. AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD: UN RAZONAMIENTO COMO SUJETO CONTRATANTE

Fortich expone que la autonomía de la voluntad se refiere a la capacidad de una persona para generar una situación legal a través de su propia voluntad, siempre y cuando el objeto de dicha voluntad sea legal³. Esta autonomía se basa en la capacidad de los individuos para actuar como los responsables de acuerdos que organizan libremente la relación de negocios establecida, utilizando cláusulas que establecen los términos de esa relación⁴.

Desde luego, la autonomía de la voluntad se entiende de varias formas. Por un lado, se encuentran las posturas clásicas con respecto a la autonomía relacionada con la voluntad de cada uno de los individuos pertenecientes a una sociedad, quienes de forma libre e íntegra toman la decisión de conformar una actividad negocial. Por otro lado, se comprende como el poder jurídico normativo que tiene cada particular para celebrar cualquier relación de índole privada; es decir que este poder no emana de la persona, sino que le es otorgado por la normatividad.

Cerra sostiene que la autonomía de la voluntad se define principalmente por la capacidad de las partes en un contrato para establecer de manera libre sus propias normas o términos de negociación, siempre y cuando estas disposiciones contractuales no vayan en contra de las normas públicas o los estándares de comportamiento adecuados⁵. A su vez, la persona debe consentir toda obligación, de lo contrario no podría ser vinculada a ninguna en la cual no se libre un consentimiento expreso por ella misma, y en razón a esto, cualquier obligación consentida y querida por la persona debe generar efectos⁶. De igual forma, se entiende la autonomía privada como la capacidad que tiene cada individuo para constituir sus propias relaciones con otros de conformidad con sus respectivos intereses; así, cada individuo determina su relación negocial. A su vez, la autonomía negocial se expresa entre disposiciones particulares frente al poder normativo; es decir, la voluntad no puede traspasar el poder normativo

3 Silvana Fortich. *Solus consensus obligat: principio general para el derecho privado de los contratos*. REVISTA DE DERECHO PRIVADO, núm. 23. Julio-diciembre 2012. Pág. 191-207.

4 Ramón Herrera Bravo, María Salazar Revuelta. *La teoría del consentimiento contractual y su proyección en la tradición romanística y en la codificación europea: un análisis histórico-comparativo*. Coords. Alfonso Murillo Villar, Aránzazu Calzada González, Santiago Castán Pérez-Gómez. HOMENAJE AL PROFESOR ARMANDO TORRENT. Dykinson. (2016). Pág. 445-474.

5 Eduardo Pablo Cerra. *De la autonomía de la voluntad: noción, limitaciones y vigencia*. ADVOCATUS, núm. 29. 2017. Pág. 177-188.

6 Daniel Peña Valenzuela. EL CONTRATO POR MEDIOS ELECTRÓNICOS: HOMENAJE A FERNANDO HINESTROSA, 40 AÑOS DE RECTORÍA 1963-2003. Editorial Universidad Externado. (2003).

instaurado en cada ordenamiento jurídico, y, de esa misma forma, el ordenamiento jurídico no puede imponerse sobre la disposición libre y personal de los individuos de una sociedad⁷.

Además, como ya se indicó, Ferri argumenta que la autonomía privada no es un poder que emane de manera inherente o supremamente soberana de los individuos. Más bien, es un poder otorgado a las personas por una norma superior que regula sus acciones y establece responsabilidades y restricciones⁸. En otras palabras, se entiende como un poder que el orden jurídico normativo concede al individuo para gobernar sus propios intereses y para conformar las diversas relaciones jurídicas que le atañen⁹.

Retomando lo comentado por Ferri, vemos que no concibe teorías voluntaristas o estrictamente preceptivas, ya que estas no analizan el poder normativo que tiene cada ordenamiento jurídico al brindar a los particulares que hacen parte de su territorio la posibilidad de establecer y crear los negocios jurídicos que a su acomodo puedan satisfacer sus necesidades¹⁰. Por ende, cobra importancia el ordenamiento jurídico sobre las relaciones contractuales, bajo la comprensión de que es este el que produce los efectos jurídicos, no la voluntad de las partes. La relevancia jurídica contractual no depende de la voluntad subjetiva de los individuos al constituir, extinguir y modificar las obligaciones contractuales, sino que este es el contexto subjetivo que da origen al carácter objetivo del contrato, el cual es dado por el aparato normativo. Por eso, se debe entender al contrato como un fenómeno normativo y no como un fenómeno proveniente de la psiquis humana¹¹.

Por su parte, según Betti¹², la autonomía de la voluntad es percibida como un fenómeno social que se reconoce a través del ordenamiento jurídico para que las partes en pleno uso de sus facultades puedan vincularse y satisfacer sus necesidades a través de diferentes negocios jurídicos, siendo estos un acto de autonomía de la voluntad; es decir, la voluntad de los particulares es la base y/o esencia de toda relación contractual generada en la comunidad y productora de efectos jurídicos con fuerza

7 Fernando Hiestrosa. *Función, límites y cargas de la autonomía privada*. REVISTA DE DERECHO PRIVADO, núm. 26. Enero-junio 2014. Pág. 5-39.

8 Luigi Ferri. *LA AUTONOMÍA PRIVADA* (trad. Luis Sancho Mendizábal). Editorial Revista de Derecho Privado. (1969).

9 Rodrigo Bercovitz Rodríguez-Cano (dir.). *TRATADOS DE CONTRATOS. TOMO 1*. (3.ª edición). Tirant lo Blanch. (2020).

10 Luigi Ferri, *supra*, nota 8.

11 Cesare Massimo Bianca. *DIRITTO CIVILE: IL CONTRATTO. TOMO 2*. Giuffré Editore. (1987).

12 Emilio Betti. *TEORÍA GENERAL DEL NEGOCIO JURÍDICO*. Editorial Comares. (2001).

obligatoria para su cumplimiento. Así, sin voluntad de las partes no puede versarse un contrato o acto negocial.

Ravassa contribuye al debate al señalar que la autonomía de la voluntad puede ser interpretada desde dos perspectivas¹³. Por un lado, existe la autonomía material que habilita a las partes en un contrato para determinar el contenido del contrato que están celebrando, incluyendo sus cláusulas y disposiciones. Por otro lado, está la autonomía conflictual, que va un paso más allá cuando permite a las partes decidir qué conjunto de leyes se aplicará, ya sea en su totalidad o en parte, a su relación contractual. Esta facultad también se extiende a la elección del método y de la entidad encargada de resolver cualquier disputa que surja como resultado del contrato celebrado. Con esto, se puede percibir una autonomía de la voluntad dividida; así, se encuentra el primer aspecto referente a la estipulación concreta relacionada con el contenido del contrato (autonomía material); y el segundo aspecto, relacionado con la libre decisión de las partes frente al régimen jurídico que regulará su contrato (autonomía conflictual) cuando se trata de un contrato internacional.

Ahora bien, como se mencionó antes, y a efectos de la investigación, es preciso resaltar que la autonomía de la voluntad (material), tanto en un plano nacional como internacional, se compone de la libertad para contratar, concerniente a que toda persona es libre para decidir si contratar y con quién contratar¹⁴, y de la libertad contractual (libertad de configuración), que concede a las partes un poder de determinación propio de la conducta mediante la creación, modificación o extinción de una norma jurídica; es decir, la libertad para establecer las cláusulas contractuales¹⁵.

A su vez, la Ley 84 de 1873, mediante la cual se expide el Código Civil colombiano, consagra en el libro cuarto las obligaciones en general de los contratos, y en su artículo 1500 indica que: “El contrato [...] es consensual cuando se perfecciona por el solo consentimiento”¹⁶. Asimismo, la Corte Constitucional, en Sentencia C-934 del 2013, define la autonomía de la voluntad como:

[...] la facultad reconocida por el ordenamiento positivo a las personas para disponer de sus intereses con efecto vinculante y, por tanto, para

13 Gerardo José Ravassa Moreno. *DERECHO MERCANTIL INTERNACIONAL: PRINCIPIOS Y NORMAS*. (2.ª edición). Ediciones Doctrina y Ley. (2004).

14 Laurent Aynés. *À propos de la force obligatoire du contract*. *REVUE DES CONTRATS*, núm. 1. 2003. Pág. 323-325.

15 Olivier Soro Russell. *EL PRINCIPIO DE LA AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD PRIVADA EN LA CONTRATACIÓN: GÉNESIS Y CONTENIDO ACTUAL*. Editorial Reus. (2016).

16 Ley 84 de 1873. Código Civil de los Estados Unidos de Colombia. *Diario Oficial* 2.867. Mayo 26 de 1873.

crear derechos y obligaciones, con los límites generales del orden público y las buenas costumbres, para el intercambio de bienes y servicios o el desarrollo de actividades de cooperación.¹⁷

De igual forma, en la referida sentencia se mencionan las manifestaciones de la autonomía privada; es así como comprende la disposición libre de cada individuo de celebrar o no contratos, y de determinar las cláusulas que van a configurarlo y la creación de obligaciones entre sí (libertad de contratar y de configuración).

Cabe señalar que se debe asimilar la autonomía contractual como un elemento que proviene de la vinculación entre las partes, y asimismo tiene criterios objetivos y subjetivos que permiten perfeccionarlo. Por un lado, cuando se habla de los criterios objetivos, se hace referencia a la normatividad que comprende y está destinada a regular los elementos, vicios, prohibiciones y demás aspectos que comprende el derecho contractual, así como al incumplimiento de la obligación derivada de la economía misma del contrato; es decir, el desequilibrio del contenido económico acordado por las partes en el perfeccionamiento de la relación contractual. Por otro lado, se habla de criterios subjetivos que se refieren al interés contractual de cumplir con lo estipulado; es decir, el cumplimiento que recae y es solicitado de forma unívoca por parte del contratante al contratado en el vínculo contractual establecido. Dado lo anterior, es preciso señalar que el eje para el análisis propuesto en este artículo es el criterio objetivo, referido a la connotación económica del contrato, entendida como la causa que define el alcance de las partes en el contrato y el valor que ellas mismas brindan a la operación mercantil en su totalidad, elemento conocido como función económico-individual del contrato¹⁸.

Cuando se aborda la función económica como componente esencial del contrato, se habla de forma intrínseca de aquellos valores autónomos que forman parte de la libertad contractual del individuo y que, de una forma u otra, se relacionan con aquellos factores pertenecientes al mercado nacional o internacional donde se abordan los resultados de transacciones de bienes y servicios que generen un costo y propicien una ganancia que deriva del mismo vínculo. Ya no se comprende un esquema de economías nacionales, en el que el contrato se encuentra ligado a lo que internamente se estipule, sino un esquema de aquellas relaciones contractuales que se empiezan a realizar en el contexto de los cambios impuestos por una economía globalizada, que

17 Corte Constitucional de Colombia. SENTENCIA C-934/13. (M.P.: Nilson Pinilla Pinilla; 11 de diciembre de 2013).

18 Mauro Grondona. *Derecho contractual europeo, autonomía privada y poderes del juez sobre el contrato*. REVISTA DE DERECHO PRIVADO, núm. 22. Junio 2012. Pág. 135-147.

incluye no solo lo que se pueda transmitir en transacciones, sino también los costos que estas generan¹⁹. Sin embargo, al hablar de una libertad contractual, es pertinente abordar también sus límites, ya que estos pueden ayudar a evitar que la contratación en masa (condiciones generales de la contratación) opere sin restricciones eliminando la autonomía de libertad de configuración de cada individuo.

1. Límites a la autonomía de la voluntad: equilibrio y desequilibrio contractual

A pesar de esta libertad otorgada de forma progresiva a las personas, se ha considerado limitarla para evitar la omnipotencia de la voluntad²⁰, especialmente en contratos que se conocen como 'adhesión' y son típicos de la relación entre empresario y consumidor. Dicho de otra forma, la autonomía de la voluntad es un derecho para pactar sus propias relaciones contractuales como individuos; es un poderío que comprende limitaciones, con el fin de evitar un derecho absoluto a partir del vínculo negocial y proteger los valores estatales y la protección de la parte pasiva del contrato, esto es, la parte en que se le ha limitado su capacidad de negociar las cláusulas contractuales²¹.

Para abordar adecuadamente el tema de los límites, es importante comprender qué se entiende por limitación. En este contexto, se puede hacer referencia al concepto proporcionado por Hernández y Guerra²², quienes señalan que las limitaciones se relacionan con la restricción del ejercicio de las libertades públicas, lo cual implica una reducción en los derechos legales de un individuo en ciertas condiciones y circunstancias específicas. Estas limitaciones son esenciales, ya que marcan los límites del ejercicio legítimo del derecho, más allá de los cuales se considera que no se está actuando de manera legal.

Ahora, este principio tiene límites que llevan a establecer un completo ejercicio a través del adecuado manejo e interpretación de la libertad contractual de cada una de las partes en un contrato o negocio, de acuerdo con la adaptación realizada por cada ordenamiento jurídico. De forma concreta, los límites tratan acerca de excepciones con las que se procura defender los valores de la naturaleza colectiva que

19 Lizeth Juliana García Atra, Eduardo Calderón Marengo. *Análisis jurídico de la globalización desde la perspectiva del Derecho comercial internacional*. CON-TEXTO: REVISTA DE DERECHO Y ECONOMÍA, núm. 51. 2020. Pág. 15-53.

20 Christian Larroumet. *TEORÍA GENERAL DEL CONTRATO*. (2.ª edición). Ediciones Temis. (1999).

21 Eduardo Pablo Cerra, *supra*, nota 5.

22 Katuska Hernández Fraga, Danay Guerra Cosme. *El principio de autonomía de la voluntad contractual civil: sus límites y limitaciones*. REJIE: REVISTA JURÍDICA DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EDUCATIVA, núm. 6. Junio 2012. Pág. 27-46.

cuidan la pacífica y civil convivencia entre las personas, los valores de su progreso económico y social, y los valores de la naturaleza individual, relativos a la libertad y a la seguridad de los particulares²³.

De tal modo, los límites exteriores a la voluntad de las partes versarían de forma concreta sobre tres aspectos: la ley, la moral y el orden público²⁴. La ley, como norma o regla en general que regula el comportamiento de los individuos de la sociedad de forma organizada y sistemática; la moral, referente al conjunto de convicciones de ética social imperantes, en un determinado momento histórico, con carácter general en la comunidad jurídica; y el orden público, relacionado con la seguridad que debe proporcionar el Estado a través de la regulación y ejecución de normas que velen por el correcto desempeño de un individuo en la comunidad. Estos se entienden como aspectos cambiantes de acuerdo con la evolución de la sociedad, donde se puede encontrar un límite relacionado con el principio de simetría, consistente en el respeto de la voluntad de las partes involucradas en una relación contractual; es decir, la real equidad y el libre desarrollo de su voluntad en el negocio que se está realizando, como acontece con las relaciones derivadas de las contrataciones en masa y que ahora se han trasladado al entorno electrónico.

La Corte Constitucional, en su Sentencia C-934 de 2013, destaca que existen ciertas restricciones dentro de las expresiones de la autonomía privada de los individuos²⁵. Uno de estos aspectos es la capacidad de las personas para determinar de manera amplia el contenido de sus obligaciones y los derechos correspondientes, con la condición de que estos no violen el orden público. Aquí, el concepto de orden público se entiende en general como la preservación de la seguridad, la salud pública y la moralidad, así como el respeto por las buenas costumbres. La Corte enfatiza que estas restricciones a la libertad contractual son constitucionales y están directamente relacionadas con las necesidades del Estado social de derecho, el interés público y el respeto por los derechos fundamentales de otros individuos. En otras palabras, aunque existe una amplia autonomía en la configuración de los acuerdos contractuales, esta autonomía no debe poner en peligro valores y principios fundamentales que el Estado busca proteger en beneficio de la sociedad en su conjunto.

23 Carlos Vázquez Iruzubieta. *Comentario al artículo 1255 del Código Civil*. Dir. Manuel Albaladejo García. *COMENTARIOS AL CÓDIGO CIVIL Y COMPILACIONES FORALES*. Editoriales de Derecho Reunidas. (1991).

24 Carlos Alberto Soto Coaguila. *CONTRATACIÓN CONTEMPORÁNEA: TEORÍA GENERAL Y PRINCIPIOS*. Editorial Temis. (2000).

25 Corte Constitucional de Colombia. *SENTENCIA C-934/13*. (M.P.: Nilson Pinilla Pinilla; 11 de diciembre de 2013).

En efecto, destacando la importancia del concepto de orden público como una restricción a la autonomía de la voluntad, es esencial subrayar, como menciona Calderón, que esta noción puede ser interpretada tanto desde una perspectiva nacional como internacional²⁶. Desde la perspectiva nacional, se refiere a la priorización del bienestar colectivo de la sociedad sobre cualquier interés individual que se manifieste a través de contratos. En este contexto, se protege la voluntad comunitaria frente a posibles iniciativas individuales que puedan amenazarla. En otras palabras, se busca preservar el interés general de la sociedad nacional por encima de las preferencias particulares de los individuos que la conforman.

Por otro lado, desde la perspectiva internacional, se hace referencia al control ejercido por los Estados a través de normativas que trascienden las fronteras nacionales. Estas reglas supraestatales regulan la decisión autónoma de las partes en contratos internacionales, garantizando que las elecciones de las partes en cuanto al derecho aplicable al contrato no vulneren el interés general de la comunidad internacional. De tal modo, se evita que la autonomía de los individuos pueda socavar el bienestar común de la comunidad internacional al decidir de manera libre qué normativa legal regirá las disputas o cláusulas contractuales.

Expresado de otra manera, el orden público nacional hace referencia a aquellas normas imperativas establecidas en la Constitución Política y en las leyes para salvaguardar el interés colectivo frente a las disposiciones demandadas por la autonomía de la voluntad de los individuos. En cambio, el orden público internacional está compuesto por leyes y principios que constituyen el sistema jurídico de un Estado que al extremo de infringirlas o dejar de aplicarlas equivale a lesionar la soberanía y destruir sus fundamentos básicos. Son aplicadas, por tanto, para todos los que residen en el territorio, sean nacionales o extranjeros, domiciliados o transeúntes²⁷.

Ciertamente, existen restricciones inherentes a la voluntad de las partes que abarcan diversas áreas, y entre ellas es esencial destacar el límite relacionado con el aspecto económico. En este sentido, uno de los argumentos fundamentales presentados por Benavides se vincula con la libertad económica, al afirmar que esta juega un papel crucial en el contexto de las limitaciones²⁸. Benavides plantea que solo a través

26 Eduardo Calderón Marengo. *El orden público internacional como límite de la autonomía conflictual*. Coords. Cristian Alberto Robledo Arana, Eduardo Oliva Gómez, Neyla Abboud Castillo. *EL DERECHO Y LOS SISTEMAS JURÍDICOS CONTEMPORÁNEOS DE LA ERA GLOBAL*. Universidad Centroamericana de Nicaragua Publicaciones. (2020). Pág. 147-172.

27 Iván Pérez Solft. ¿Orden público internacional vs orden público interno y buenas costumbres? *IUS: REVISTA DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE DERECHO*, vol. 2, núm. 4. 2012. Pág. 1-19.

28 José Luis Benavides. *EL CONTRATO ESTATAL ENTRE EL DERECHO PÚBLICO Y EL DERECHO PRIVADO*. Editorial Universidad Externado. (2009).

de la libertad de intercambios comerciales es posible alcanzar la justicia económica, y sostiene que solo en un ambiente de libertad se pueden equilibrar naturalmente las leyes de la oferta y la demanda. En otras palabras, argumenta que la capacidad de las partes para tomar decisiones libres es esencial para permitir el desarrollo económico necesario dentro de una relación contractual. El autor subraya que, mediante el contrato, los individuos actúan como los principales defensores de sus propios intereses. No obstante, esta autonomía individual puede generar un desequilibrio en la relación contractual, ya que los intereses de una parte pueden prevalecer sobre los de la otra. Es importante notar que este desequilibrio potencial entre las partes puede ser mitigado por la regulación y las normativas legales que buscan salvaguardar la equidad en los acuerdos comerciales.

Dichas limitaciones han permitido el desarrollo de este principio de cara a una correcta implementación de la libertad contractual. Si bien el desarrollo de la autonomía de la voluntad varía conforme se modifican las modalidades de contratación, de igual forma se presentan ciertas limitaciones que se requieren para proteger la libre expresión de derechos de una sociedad y no solo el desarrollo de expresiones privadas relacionadas con el aspecto subjetivo e individual de una persona; o bien se genera una correcta tutela del contratante débil frente al desequilibrio contractual adquirido, particularmente, por el uso de condiciones generales de la contratación, tal como se analizará enseguida.

2. Crisis de la autonomía de la voluntad: pérdida de la libertad de configuración

Con respecto a la crisis, se encuentra la influencia por el cambio directo en la manera como se realiza la contratación en respuesta a un continuo y dinámico tráfico jurídico, afectando de forma ligera y contundente el principio de autonomía de la voluntad²⁹. De igual forma, la posmodernidad trajo consigo la base del desarrollo de una vida económica de consumo masificado³⁰.

A partir de lo anterior, una parte de la doctrina sostiene que el contrato se encuentra en crisis y otra parte le atribuye la crisis al principio de autonomía de la voluntad. Lo cierto es que, a efectos de esta investigación, la atención recae en la idea de que los individuos actúen libremente en su propio interés (*laissez faire*) y que

29 Ennio M. Colón García. *La autonomía de la voluntad: un principio general del derecho*. REVISTA JURÍDICA DE LA UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DE PUERTO RICO, vol. 24, núm. 2. 1990. Pág. 213-234.

30 María Victoria González de Prada. *CONTRATO Y RECIPROCIDAD: HACIA UN DERECHO INTERCULTURAL*. Ediciones Astrea. (2018).

las partes son sustancialmente iguales al ser el contrato una obra común de dos o más sujetos situados en un plano de relativa paridad. Ahora bien, es posible afirmar que tanto contrato como autonomía de la voluntad sufren cambios conforme a los avances y progresos que se producen dentro de la esfera social y económica en comunidad, relacionados con todas aquellas necesidades que las partes pretenden y deciden satisfacer, ajustándolas a la situación en particular y velando exclusivamente por sus intereses a partir de una hegemonía económica.

En particular, la noción clásica del contrato es en estricto sentido individualista, y la crisis ocurrida en el siglo XIX deja ver al Estado como intervencionista sobre la autonomía de los individuos para adquirir obligaciones contractuales; es decir, el contrato comienza a ser dirigido por el poder estatal. Lo anterior deja como consecuencia que el contrato ya no tiene fuerza de ley, ni fuerza vinculante absoluta, sino que el poder estatal es quien lo regula, modifica y limita alterando su noción clásica en un principio. Además, es preciso ver la fricción que existe entre el individualismo y el universalismo, aspectos relevantes en esos cambios atravesados por la autonomía contractual.

El individualismo es entendido como la expresión de la voluntad de un individuo desde su aspecto particular en busca de satisfacer sus intereses; por su parte, el Estado es quien entra a regularlo sobreponiendo el interés social público. Asimismo, el universalismo es entendido como la expresión de la voluntad que el Estado tutela buscando proteger el interés público contradiciendo de cierta forma el particular; esta percepción universalista identifica al contrato como una expresión de voluntad de una comunidad, siendo un instrumento del orden jurídico estatal³¹.

Hoy en día, la autonomía de la voluntad no atiende exclusivamente el influjo de las escuelas individualistas; tampoco se busca la negación absoluta de la autonomía. De tal manera, se le puede dar al concepto un contenido más acorde a la época actual, esto supone, necesariamente, adecuar toda la estructura sobre la cual se edifica la teoría de las obligaciones; además, los límites de la autonomía deben adecuarse a la realidad en que se vive, así como la teoría de la causa en las relaciones obligatorias. Sin duda, las circunstancias en las cuales se contrata en la vida moderna no se caracterizan, completamente, por la libertad y la igualdad, sobre todo en ciertos tipos de transacciones, como las de consumo, en que dos contratantes no están en el mismo plano económico, nivel de información, destreza, intereses, necesidades, habilidades

31 Jaime Alberto Arrubla Paucar. *La autonomía de la voluntad y el derecho comercial*. REVISTA FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS, núm. 78. Diciembre 1987. Pág. 9-27.

de negociación, etc., y cualquier desequilibrio en alguno de estos aspectos puede hacer que exista una parte que se sitúe en una mejor posición³².

En el supuesto comentado, es de considerar que la crisis, aunque se ha centrado en la decadencia del concepto tradicional de contrato, no precisamente comprende el concepto de forma general en sí mismo, sino que se enfoca en uno de aquellos elementos o principios indispensables que lo conforman: la autonomía de la voluntad, concretamente lo acotado por la libertad de configuración.

Es cierto, la contratación masiva ha planteado desafíos significativos para la autonomía de la voluntad y el contrato, lo que ha llevado a cambios en la teoría tradicional de las relaciones contractuales. Lo anterior se manifiesta en la modificación de supuestos clave, como la igualdad de las partes, la fuerza obligatoria, la buena fe y el efecto relativo del contrato³³. La concentración económica ha desempeñado un papel fundamental en esta transformación, ya que ha alterado las relaciones entre las partes contratantes. La libertad contractual se ha visto limitada en gran medida debido a la estandarización de los contratos, que es el resultado de la proliferación de los contratos de adhesión³⁴.

Al mismo tiempo, han surgido las llamadas “condiciones generales de la contratación”³⁵, que se han vuelto especialmente comunes en las relaciones de consumo. Estos cambios en la dinámica contractual han suscitado debates sobre la equidad y la protección de los derechos de los consumidores, ya que los contratos estandarizados pueden incluir cláusulas que favorezcan en exceso a una de las partes. Como resultado, se han implementado regulaciones y normativas legales destinadas a proteger a los consumidores y garantizar un mayor equilibrio en las relaciones contractuales masivas.

III. CONTRATACIÓN EN MASA A TRAVÉS DE LOS CONTRATOS DE CONSUMO

La aparición de fenómenos globales como internet a finales del siglo xx ha provocado un cambio significativo en la forma como se conciben los intercambios económicos y los contratos. Estos factores han ampliado el mercado al incorporar bienes y servicios a nivel mundial y a mayor escala, lo cual ha llevado a las empresas a enfrentarse

32 Ricardo Pazos Castro, *supra*, nota 2.

33 Laura Pérez Bustamante. *DERECHOS DEL CONSUMIDOR*. Editorial Astrea. (2004).

34 José Luis Benavides, *supra*, nota 28.

35 Olivier Soro Russell, *supra*, nota 15.

a nuevas realidades y necesidades como una creciente demanda de servicios nacionales e internacionales y un aumento exponencial de la oferta. Para abordar estas situaciones, se buscaron herramientas que se adaptaran al dinamismo de la época y que contrarrestaran la obsolescencia relativa del contrato tradicional, dando paso a la contratación en masa.

La contratación en masa se caracteriza por el uso de las mismas cláusulas y procedimientos para abordar todas las posibles situaciones relacionadas con un tipo específico de transacción. Con el tiempo, esta forma de contratación se ha arraigado en las relaciones entre empresas y consumidores. Para entender mejor la contratación en masa, podemos referirnos a los contratos de consumo, que son impuestos a los consumidores por un productor o proveedor y ofrecen un bien o servicio a un grupo de individuos que toman el nombre de consumidores. En este caso, no se considera la autonomía de las partes en la configuración de los términos del contrato, ya que las cláusulas son propuestas o impuestas por una de las partes y la otra parte debe adherirse a ellas para perfeccionar el contrato o rechazarlo. Este tipo de contratos se conoce comúnmente como contratos de adhesión y contienen condiciones generales de contratación. Aunque esto puede parecer que pone a una de las partes en una posición de debilidad en la relación contractual, se entiende más como una desventaja para el principio de autonomía privada y no como una violación de dicho principio. La parte adherente no está obligada a aceptar el contrato si no lo desea, pero está limitada a las condiciones propuestas por la otra parte³⁶.

De acuerdo con De la Puente y Lavalle, las cláusulas generales de contratación en contratos de adhesión tienen como función facilitar la transacción masiva de bienes y servicios al reducir los costos de la transacción, priorizando el criterio económico en el derecho contractual³⁷. En resumen, la contratación en masa, a través de contratos de adhesión y condiciones generales de la contratación, limita la autonomía de la voluntad y el contrato, poniendo en cuestión algunos de sus elementos, aunque no los anula por completo.

En términos generales, la libertad de configuración está siempre sujeta a la libertad de decisión. La libertad contractual de una persona debe incluir la libertad de no querer negociar los términos de un acuerdo, lo cual implica que la otra parte

36 Luis Carlos Plata López, Vladimir Monsalve Caballero. *Criterios para la interpretación de los contratos de condiciones uniformes, una estrategia para la reconstrucción del equilibrio jurídico y económico del contrato*. Ed. Vladimir Monsalve Caballero. TEMAS ACTUALES EN DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA. Editorial Universidad del Norte. (2011). Pág. 206-227.

37 Manuel de la Puente y Lavalle. *Las cláusulas generales de contratación y la protección al consumidor*. THEMIS: REVISTA DE DERECHO, núm. 31. 1995. Pág. 15-22.

también es libre de aceptar o rechazar los términos predispuestos. Esto no implica que el consumidor deba aceptar cláusulas abusivas o que vulneren sus derechos, ya que la legislación imperativa debe corregir cualquier desequilibrio³⁸.

Este tipo de contratación masiva se encuentra regulado por la Ley 1480 de 2011, que establece el Estatuto del Consumidor. En su artículo 5, se define el contrato de adhesión como aquel en el cual las cláusulas son dispuestas por el productor o proveedor de manera que el consumidor no puede modificarlas, solo aceptarlas o rechazarlas. Del mismo modo, el artículo define al consumidor como:

Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario.³⁹

En este contexto, es responsabilidad del legislador determinar cuáles son las cláusulas abusivas que no deben incorporarse en los contratos de adhesión. En caso de que estas cláusulas sean incluidas, la autoridad judicial puede declarar la nulidad parcial del contrato, lo cual implica que solo esa cláusula específica no tendrá efecto legal. Esta acción sanciona el contrato, ya que no cumple con los requisitos de validez y existencia⁴⁰. De tal manera, se brinda protección al consumidor financiero en relación con las cláusulas establecidas en los contratos de adhesión, reconociendo que en este tipo de relación contractual no existe una libertad total para configurar el contrato, sino que existen límites que no pueden ser superados.

En Argentina, el Código Civil y Comercial, en su artículo 984, define el contrato de adhesión como aquel en el cual uno de los contratantes se adhiere a cláusulas generales predispuestas unilateralmente por la otra parte o un tercero, sin que el adherente haya participado en su redacción. Luego, en su artículo 985, se establecen los requisitos para este tipo de contrato:

38 Jesús Alfaro Aguila-Real. LAS CONDICIONES GENERALES DE LA CONTRATACIÓN. Civitas. (1991).

39 Ley 1480 de 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial 48.220. Octubre 12 de 2011. Artículo 5.

40 Ernesto Rengifo García. DEL ABUSO DEL DERECHO AL ABUSO DE LA POSICIÓN DOMINANTE. (2.ª edición). Editorial Universidad Externado. (2004).

Las cláusulas generales predispuestas deben ser comprensibles y auto-suficientes. La redacción debe ser clara, completa y fácilmente legible. Se tienen por no convenidas aquellas que efectúan un reenvío a textos o documentos que no se facilitan a la contraparte del predisponente, previa o simultáneamente a la conclusión del contrato. La presente disposición es aplicable a la contratación telefónica, electrónica o similares.⁴¹

En el ordenamiento jurídico argentino, se observa un desarrollo con respecto a este tipo de contratación, específicamente en lo que respecta a la aplicación de principios de claridad y legibilidad. Esto tiene como objetivo permitir que el consumidor pueda leer las cláusulas contractuales sin encontrar términos inescrutables o, en términos coloquiales, “letra pequeña” que podría perjudicar a la parte más vulnerable del contrato, es decir, el consumidor.

Adherirse a un contrato y aceptar las cláusulas generales de la contratación puede estar fundamentado en el principio de autonomía de la voluntad, ya que las partes han contratado libre y conscientemente. Sin embargo, en las relaciones entre consumidores y empresarios la posición de debilidad de uno de los contratantes afecta su libertad contractual. Esto puede llevar a que el contrato sea sustancialmente injusto, forzado por circunstancias (como necesidad o poder desigual) o aceptado sin pleno conocimiento o experiencia. Por tanto, es esencial reconocer el deber de transparencia en la redacción de las condiciones generales de contratación, que se basa en la capacidad del empresario para predisponer estas condiciones. El predisponente asume la responsabilidad de evitar efectos perjudiciales para el adherente mediante una redacción clara de las condiciones generales, considerando la asimetría informativa característica de la predisposición. Si esto no se cumple, es necesario recurrir a los límites impuestos por la normativa para restaurar el equilibrio perdido como consecuencia de ello.

Es importante destacar que, al abordar la contratación en masa, no siempre se puede prever que se aplique en entornos físicos o en el mismo territorio donde residen las partes. Gracias a los avances tecnológicos, la informática y las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), los contratos masivos se han incorporado al comercio electrónico a través de diversas modalidades y se han vuelto más comunes en el mercado virtual, caracterizados por su deslocalización geográfica.

41 Honorable Congreso de la Nación Argentina. *Ley 26.994 de 2014. Código Civil y Comercial de la Nación*. BOLETÍN OFICIAL DE LA REPÚBLICA ARGENTINA, vol. 122, núm. 32.985. Octubre 8 de 2014. Artículo 985.

1. Comercio electrónico como proliferación de la contratación masiva

El comercio electrónico, según la definición de Olán, implica hacer de negocios a través de internet, sin importar si es a nivel nacional o internacional, eliminando las fronteras geográficas⁴². Se relaciona con la sociedad de la información, que se refiere a la convergencia de las TIC, y plantea la necesidad de adaptar la doctrina jurídica a esta nueva sociedad, dando lugar a un derecho dinámico e interactivo. El comercio electrónico se puede entender de varias maneras, como la contratación a través de medios electrónicos o la contratación por vía electrónica⁴³.

La aparición de esta forma de comercio ha planteado desafíos legales como la legalidad de las transacciones sin soporte de papel, la protección de los derechos de propiedad intelectual, la defensa de los derechos de los consumidores contra publicidad engañosa o no solicitada, el fraude, los contenidos ilegales y el uso abusivo de datos personales, la seguridad de las transacciones y los métodos de pago electrónicos, la proliferación de protocolos de comercio electrónico incompatibles y la regulación de las transacciones internacionales, entre otros.

A su vez, se han generado ciertos escenarios de comercio electrónico entre personas jurídicas y naturales. En primer lugar, el modelo *business to consumer* (B2C), entre empresas y consumidores, que ofrece productos o servicios por medio de páginas web (*websites*) con opción de compra a través de la red; segundo, el modelo *business to business* (B2B) es el comercio de empresa a empresa, colaboración a través de la creación de plataformas electrónicas para realizar pedidos eficientes y efectuar pagos; tercero, el modelo *consumer to consumer* (C2C), de consumidor a consumidor, mediante páginas de internet que sirven como medio electrónico para que los particulares puedan ofrecer bienes o servicios, logrando una compensación; y cuarto, el modelo *business to government* (B2G), empresa a gobierno, un vínculo entre transacciones para que de forma eficiente y transparente ofrezcan productos o sistemas electrónicos para el manejo de datos e información⁴⁴.

En este contexto, la contratación electrónica implica la voluntad expresada por individuos que optan por contratar a través de medios electrónicos. Esto puede

42 Henry Olán Sosa. *La contratación electrónica ante la directiva de los derechos de los consumidores del año 2011: su transposición al derecho español*. ARS BONI ET AEQUI, vol. 10, núm. 2. 2014. Pág. 11-49.

43 Carlos Alberto Soto Coaguila. *La contratación electrónica: los supuestos "contratos informáticos" y los contratos celebrados a través de medios electrónicos*. DERECHO PUCP: REVISTA DE LA FACULTAD DE DERECHO, núm. 55. 2002. Pág. 181-221.

44 Luciana Beatriz Scotti. *CONTRATOS ELECTRÓNICOS: UN ESTUDIO DESDE EL DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO ARGENTINO*. Eudeba. (2016).

realizarse a través de redes restringidas o abiertas, y, en muchos casos, se asocia con la contratación en masa que tiene características particulares que la distinguen.

2. Contratación a través de medios electrónicos

Un medio electrónico, según la Ley 11 de 2007 de España⁴⁵, se define como un mecanismo, instalación, equipo o sistema que permite producir, almacenar o transmitir documentos, datos e informaciones. Esto incluye diversas redes de comunicación, como internet, telefonía fija y móvil, etc.

El contrato electrónico se refiere a un acuerdo formado por dos o más partes a través de medios electrónicos y a distancia, con el propósito de crear, modificar o extinguir una situación jurídica. Puede ocurrir de dos maneras: de forma directa (*online*), donde las partes y el objeto del contrato están presentes en el medio electrónico, o de forma indirecta (*offline*), donde el acuerdo se origina en internet, pero el servicio o bien se encuentra fuera de la red.

En la contratación electrónica, no solo la voluntad es un principio esencial. También son fundamentales los principios de equivalencia funcional, buena fe, neutralidad tecnológica e inalterabilidad del derecho preexistente de obligaciones y contratos, tal como lo destaca Olán⁴⁶.

El principio de equivalencia funcional implica que los mensajes de datos electrónicos deben tener el mismo valor que las declaraciones de voluntad hechas de forma escrita. Esto garantiza que no se discrimine el mensaje de datos frente al papel, ya que ambos pueden ofrecer la misma seguridad y validez.

IV. CONSUMO SOSTENIBLE Y COMERCIO ELECTRÓNICO: TONALIDADES DEL ORDENAMIENTO JURÍDICO COLOMBIANO

En el delicado equilibrio de intereses entre empresarios y consumidores, se ha buscado restringir la autonomía de la libertad con el fin de proteger a la parte más vulnerable contra los abusos que pueden surgir en las transacciones en masa, particularmente en el ámbito del comercio electrónico. A pesar de ello, la contratación en masa en el *e-commerce* ha generado una cultura de consumo masivo, impulsada

45 Ley 11, 22 de junio de 2007, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos. BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO, núm. 150. 2007.

46 Henry Olán Sosa, *supra*, nota 42.

por las comodidades que ofrece la contratación en línea a través de sitios web. De tal manera, se ha planteado la necesidad de encaminar la capacidad de elección de los consumidores hacia un consumo sostenible para proteger el medio ambiente y así fomentar una nueva cultura. En este plano, para el cumplimiento de los objetivos de la investigación, se hace necesario el análisis de abordaje que ha realizado Colombia en torno para promover un consumo sostenible en el comercio electrónico, modulando la voluntad de los consumidores y los empresarios.

1. ¿Consumo sostenible?

En el contexto de lo anterior, las Directrices para la Protección del Consumidor de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en 2015, tenían como objetivo fomentar un desarrollo económico y social que fuera justo, equitativo y sostenible, al mismo tiempo que se protegía el medio ambiente⁴⁷. Estas directrices representan un conjunto valioso de principios que delinean las características esenciales que deben cumplir las leyes de protección al consumidor, las entidades encargadas de su aplicación y los sistemas de compensación para asegurar su eficacia. Además, las Directrices brindan apoyo a los Estados Miembros interesados en la formulación e implementación de leyes, regulaciones y normativas nacionales y regionales adaptadas a sus condiciones económicas, sociales y ambientales específicas. También, se fomenta la cooperación internacional entre los Estados Miembros en la aplicación de estas Directrices y se promueve el intercambio de experiencias en el ámbito de la protección al consumidor. Colombia, como miembro de la ONU, ha asumido este compromiso y por lo tanto, en esta sección, se examinará el desarrollo normativo que ha llevado a cabo siguiendo las Directrices para promover un consumo sostenible. Sin embargo, antes de profundizar en este tema, será relevante realizar un análisis teórico sobre dicho concepto.

Las Directrices de la ONU ya comentadas indican que todos los Estados Miembros deben procurar fomentar modalidades de consumo sostenible; los países desarrollados deben ser los primeros en lograr modalidades de consumo sostenible, pero ¿qué se entiende por consumo sostenible? Diversos autores e instrumentos se han encargado de delimitar el concepto, por ejemplo, el consignado en el Simposio de Oslo de 1994, que estableció que el consumo y la producción sostenibles consisten en:

47 Organización de las Naciones Unidas (ONU). *Directrices para la protección del consumidor*. 2016.

[...] el uso de servicios y productos conexos que den respuesta a las necesidades básicas y aporten una mayor calidad de vida, reduciendo al mismo tiempo al mínimo el uso de recursos naturales y de materiales tóxicos, así como las emisiones de desechos y de sustancias contaminantes durante el ciclo de vida del servicio o producto con el fin de no poner en riesgo la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras.⁴⁸

Se trae a colación que el análisis del consumo sostenible y su abordaje en los Estados tiene vinculación directa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Los diecisiete objetivos se enmarcan en el programa adoptado por la ONU mediante Resolución de la Asamblea General 20/01 de 2015, conocido como Agenda 2030. Los ODS pretenden reducir los daños ambientales, resaltar el papel de los recursos naturales, el crecimiento económico, la protección y el desarrollo de los derechos fundamentales, así como destacar el rol que deben jugar el Estado y las TIC para lograr las 169 metas demandadas por el programa.

La importancia del ODS número 12, que se centra en asegurar prácticas de consumo y producción sostenibles, es crucial para la presente investigación. Según el párrafo 28 de la Agenda 2030, los Estados se comprometen a realizar cambios fundamentales en la forma como las sociedades fabrican y consumen bienes y servicios. Esto implica la participación de gobiernos, organizaciones internacionales, empresas y otros actores no gubernamentales y privados. Todos deben contribuir a transformar las prácticas insostenibles de consumo y producción, incluso movilizándolo recursos financieros y técnicos para fortalecer la capacidad científica, tecnológica e innovadora de los países en vías de desarrollo, con el objetivo de avanzar hacia modelos más sostenibles de consumo y producción. En este contexto, se insta a la implementación del Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, y se subraya la importancia de que todos los países, comenzando por los desarrollados, tomen medidas que tengan en cuenta las capacidades de los países en vías de desarrollo.

Así las cosas, es importante añadir que el consumo sostenible implica una invitación a que las personas adopten comportamientos y hábitos de consumo que incluyan restricciones autoimpuestas, es decir, que limiten su voluntad de consumo. Surge la pregunta de si la autorregulación por sí sola será suficiente. En este sentido, es necesario determinar el papel que debe desempeñar el Estado para fomentar los comportamientos deseados y avanzar hacia un consumo sostenible, pues es evidente

48 Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. *Simposio sobre modalidades de consumo sostenible*. E/CN.17/1994/14 Annex. Naciones Unidas. 1994.

que uno de sus objetivos centrales es aliviar la presión ejercida por los individuos sobre los recursos de consumo disponibles, sin que esto tenga un impacto negativo en su bienestar personal.

En un mundo cada vez más desarrollado y urbanizado, con avances asombrosos en tecnología, informática y comunicación, el concepto de consumo sostenible se convierte en una oportunidad valiosa para fortalecer y promover el desarrollo sostenible en beneficio de las futuras generaciones. Esto se considera un paso significativo hacia el consumo responsable y la reducción del impacto ambiental causado por actividades agrícolas, ganaderas, comerciales e industriales. Por lo tanto, es fundamental impulsar la adopción de patrones de consumo y estilos de vida sostenibles a través de la adquisición de conocimientos y herramientas que faciliten la transición hacia un consumo más responsable. Esto es relevante tanto en países en vías de desarrollo como en países desarrollados⁴⁹.

Frente a lo expresado en el párrafo anterior, se encuentra la realidad actual, en la que el consumo se ha transformado en consumismo. Es importante distinguir entre el consumo y el consumismo: el primero se refiere a la acción de satisfacer las necesidades inmediatas del ser humano a través de la adquisición y el uso de bienes y servicios; en contraste, el segundo implica un tipo de consumo excesivo o desmedido de productos que no son necesarios y que suelen ser fácilmente reemplazados por otros. El consumismo, en su forma más extrema, puede llevar a la sobreproducción y al desperdicio de recursos naturales, lo que a su vez tiene un impacto negativo en el medio ambiente. Si bien un cierto nivel de consumo es necesario para satisfacer las necesidades básicas de las personas y promover el crecimiento económico, el consumismo exacerbado tiene consecuencias perjudiciales para el medio ambiente, como la deforestación, la contaminación del aire y del agua, y la generación de residuos no biodegradables. Por lo tanto, es importante promover un equilibrio entre el consumo necesario y la conservación de los recursos naturales, con el fin de abordar los desafíos ambientales y avanzar hacia un modelo de consumo más sostenible y responsable⁵⁰.

En efecto, la contratación en masa a través de medios electrónicos ha contribuido al desarrollo de una conducta consumista en las personas y, al mismo tiempo, ha planteado desafíos relacionados con la limitación de la voluntad del consumidor. Como se ya mencionó, el concepto de consumo sostenible se ha debatido durante décadas y ha ganado importancia con la adopción de los ODS. Sin embargo, muchas

49 Alejandro Alzate Buitrago. *Revisión bibliométrica del consumo sostenible: una mirada histórica de la producción científica global*. SEMESTRE ECONÓMICO, vol. 24, núm. 56. 2021. Pág. 355-379.

50 Mónica García Goldar. *Propuestas para garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles (ODS 12)*. REVISTA DE FOMENTO SOCIAL, núm. 299. 2021. Pág. 91-114.

políticas públicas han estado principalmente orientadas hacia el cambio de patrones de producción y consumo en sectores clave, como energía, agricultura, manufactura de alimentos y servicios relacionados con la biodiversidad. También, han promovido el desarrollo de empresas con indicadores sociales y ambientales verificables y reconocidos a nivel internacional.

Es relevante señalar que, hasta ahora, el impacto del comercio electrónico en el consumo y en el comportamiento de los consumidores no ha sido ampliamente considerado en estas políticas públicas relacionadas con la sostenibilidad. Esto es muy importante dado el crecimiento significativo del comercio electrónico, particularmente impulsado por la pandemia. En el contexto colombiano, es esencial revisar cómo el país ha abordado la cuestión del consumo sostenible y luego evaluar cómo se relaciona con la realidad del comercio electrónico, lo cual podría implicar la necesidad de adaptar y desarrollar políticas específicas que aborden los desafíos y las oportunidades del comercio electrónico en términos de sostenibilidad y consumo responsable.

2. Consumo sostenible en la agenda política y jurídica de Colombia

Es sustancial destacar que el Plan Nacional de Desarrollo “Todos por un Nuevo País”, del periodo 2014-2018 en Colombia, incorporó directamente 92 de las 169 metas establecidas en los ODS. Estas metas se centraron en áreas clave como la educación, la reducción de las desigualdades y la construcción de la paz, y están relacionadas específicamente con el consumo responsable, la protección del medio ambiente marino y terrestre, la acción contra el cambio climático, la erradicación del hambre, y el acceso a agua y a energías renovables. Con esto, se demostró un compromiso significativo por parte de Colombia para alinear sus políticas nacionales con los objetivos globales de desarrollo sostenible y abordar una amplia gama de desafíos. Es importante destacar cómo estos esfuerzos encajan en el contexto de la sostenibilidad y cómo pueden adaptarse o ampliarse para abordar específicamente las implicaciones del comercio electrónico en el consumo y la sostenibilidad. En el siguiente cuatrienio, el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad” abordó concretamente los “objetivos de desarrollo sostenible al 2030” en referencia a los ODS de la Agenda 2030.

Ahora, para cumplir con el ODS número 12, Colombia ha puesto en marcha diversas acciones. Empero, antes de la Agenda 2030, se adoptó la Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible, orientada a cambiar los patrones insostenibles de producción y consumo por parte de los diferentes actores de la sociedad nacional

para reducir la contaminación, conservar los recursos, favorecer la integridad ambiental de los bienes y servicios, y estimular el uso sostenible de la biodiversidad, como fuentes de la competitividad empresarial y de la calidad de vida⁵¹.

Otra acción para destacar es la creación de la Estrategia Nacional de Economía Circular⁵², un paso significativo en la promoción de la innovación y la generación de valor en los sistemas de producción y consumo. Esta estrategia se enfoca en optimizar, compartir, intercambiar, reciclar y regenerar materiales, agua y energía, gestiones fundamentales para reducir la presión sobre los recursos naturales y mitigar los impactos ambientales. La mayoría de las acciones específicas se centran en reducir el reciclaje, disminuir la pérdida y el desperdicio de alimentos, aumentar la eliminación segura de equipos y desechos de policlorobifenilos, y promover la creación de negocios verdes con patrones de producción y consumo sostenibles, pasos esenciales hacia la construcción de una economía más sostenible y una sociedad alineada con principios ambientales, sociales y éticos.

Por otra parte, se ha promovido el fortalecimiento de los sistemas de información relacionados con el consumo y la producción sostenible. Lo anterior es de vital importancia, ya que proporciona la base para tomar decisiones informadas y medir el progreso hacia los objetivos de sostenibilidad. En conjunto, estas acciones demuestran un compromiso sólido de Colombia con la sostenibilidad y su contribución a nivel global para abordar los desafíos relacionados con el consumo y la producción sostenible⁵³. Empero, ninguno de estos instrumentos realiza un abordaje del consumo sostenible y el comercio electrónico; es decir, no es un tema específico de preocupación en la agenda política y jurídica colombiana.

Ahora bien, según la opinión expresada por López, se plantea la existencia de una tensión entre la responsabilidad del Estado y la responsabilidad del consumidor en la promoción de un consumo sostenible⁵⁴. En este sentido, el Estado debería pro-

51 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. *Política Nacional de Producción y Consumo. Hacia una cultura de consumo sostenible y transformación productiva*. 2010.

52 Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. *Estrategia nacional de economía circular: cierre de ciclos de materiales, innovación tecnológica, colaboración y nuevos modelos de negocio*. 2019.

53 Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). *Acelerar la implementación para una recuperación sostenible. Reporte Nacional Voluntario*. Agosto 24 de 2021.

54 Adriana Lucía López Álvarez. *Los deberes del consumidor relacionados con el consumo sostenible. Comparación entre los deberes del consumidor relacionados con el consumo sostenible consagrados en el Estatuto del Consumidor colombiano, con los deberes del consumidor relacionados con el consumo sostenible que se desprenden del Objetivo Doce de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y de su Directriz sobre Promoción del Consumo Sostenible*. Ed. Saúl Sotomonte. CONSUMIDOR Y EMPRESA. Editorial Universidad Externado. (2022). Pág. 77-132.

mover políticas que fomenten la toma de decisiones más fundamentadas por parte de los consumidores al elegir productos. Mientras tanto, los consumidores, por su parte, deberían cumplir con la obligación de seleccionar productos sostenibles, independientemente de si realizan sus compras en un establecimiento convencional o a través de plataformas de comercio electrónico. Sin embargo, es importante señalar que las responsabilidades inherentes a los consumidores en relación con la adopción de prácticas de consumo sostenible pueden encontrarse definidas de manera específica en el Estatuto del Consumidor de Colombia:

2.1. Informarse respecto de la calidad de los productos, así como de las instrucciones que suministre el productor o proveedor en relación con su adecuado uso o consumo, conservación e instalación. 2.2. Obrar de buena fe frente a los productores y proveedores y frente a las autoridades públicas. 2.3. Cumplir con las normas sobre reciclaje y disposición de desechos de bienes consumidos.⁵⁵

López establece una conexión entre las obligaciones impuestas al consumidor colombiano y las metas establecidas en el ODS número 12⁵⁶. En su análisis, señala que ninguno de los deberes mencionados tiene como propósito directo el cumplimiento de las metas estipuladas en dicho objetivo, a excepción de la responsabilidad relacionada con la reducción de la generación de residuos mediante actividades de prevención, reducción, reciclaje y reutilización. Esta última obligación se encuentra de alguna manera reflejada en el artículo 3, numeral 2.3, del marco normativo.

Además, en Colombia se han promulgado una serie de leyes y decretos relacionados con el consumo sostenible y las responsabilidades de los consumidores, aunque estas normativas se centran en áreas específicas, como el reciclaje y la disposición adecuada de residuos. Por ejemplo, es el caso de la Ley 1672 de 2013, “por la cual se establecen los lineamientos para la adopción de una política pública de gestión integral de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), y se dictan otras disposiciones”⁵⁷; y del Decreto 284 de 2018, emitido por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, que “Adiciona el Decreto 1076 de 2015, Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible, en lo relacionado con la Gestión Integral

55 Ley 1480 de 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial 48.220. Octubre 12 de 2011. Artículo 3.

56 Adriana Lucía López Álvarez, *supra*, nota 54.

57 Ley 1672 de 2013. Por la cual se establecen los lineamientos para la adopción de una política pública de gestión integral de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), y se dictan otras disposiciones. Julio 19 de 2013. Diario Oficial 48.856.

de los Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) y establece otras disposiciones pertinentes"⁵⁸.

La Ley 1672 de 2013 establece los principios rectores para la formulación de una política pública destinada a la gestión integral de los RAEE. Esta política debe llevarse a cabo siguiendo las directrices que determine el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Asimismo, la ley impone una serie de obligaciones tanto al Gobierno nacional como a los productores, comercializadores, proveedores, usuarios y gestores involucrados en la gestión integral de los RAEE.

En relación con los deberes del consumidor establecidos en esta normativa referente al manejo y la gestión integral de los RAEE, se destacan las siguientes responsabilidades:

1. Entregar los RAEE en los lugares designados por los productores o terceros que actúen en su representación.
2. Asumir su responsabilidad social mediante la devolución voluntaria y responsable de los residuos de RAEE, conforme a las disposiciones establecidas para tal fin.
3. Reconocer y respetar el derecho de todos los ciudadanos a un entorno saludable.

Además, la ley prevé la posibilidad de que el Gobierno nacional establezca otros deberes relacionados con la gestión de los RAEE.

Por otra parte, en cumplimiento de lo establecido en la Ley 1672 de 2013, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible emitió el Decreto 284 de 2018. Este decreto complementa el Decreto 1076 de 2015, que constituye el marco regulatorio único del sector de ambiente y desarrollo sostenible. Como puede observarse, estas normativas regulan la aplicación del comercio electrónico y sin embargo no abordan la temática en torno al consumo sostenible.

Por último, pero no menos importante, es destacable lo enunciado por el Decreto 1369 de 2014 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, que reglamenta el uso de la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos⁵⁹. En sus

58 Decreto 284 de 2018. Por el cual se adiciona el Decreto 1076 de 2015, Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible, en lo relacionado con la Gestión Integral de los Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos-RAEE y se dictan otras disposiciones. Febrero 15 de 2018.

59 Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, *supra*, nota 52.

preámbulos, este decreto aborda la cuestión de la información proporcionada a los consumidores, tal como se establece en el Estatuto del Consumidor. Se enfatiza que el acceso a una información adecuada que permita tomar decisiones fundamentadas desempeña un papel esencial en la protección, promoción y garantía de los derechos de los consumidores, así como en su ejercicio libre y efectivo.

Además, los considerandos del decreto hacen hincapié en la necesidad de modificar los modelos de producción y consumo. Se señala que la Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible dirige la transformación de los patrones de producción y consumo de la sociedad colombiana hacia la sostenibilidad ambiental. Asimismo, se subraya que la información relacionada con las características o ventajas medioambientales de los productos debe cumplir con todos los requisitos establecidos en el Estatuto del Consumidor, y que la publicidad de estas características debe permitir a los consumidores comprender de qué manera contribuyen a fomentar un consumo y producción sostenibles.

De lo ya expuesto, se desprende que el tema del consumo sostenible ha estado en la agenda política y legal de los diferentes gobiernos en Colombia, especialmente desde la promulgación de los ODS. Sin embargo, existe una clara tensión entre la responsabilidad del Estado y la de los consumidores en cuanto a su participación activa en el fomento del consumo sostenible.

Hasta ahora, el Estado ha asumido la mayor responsabilidad en la creación de políticas que promuevan cambios en los patrones insostenibles de producción y consumo por parte de diversos sectores de la sociedad nacional. Estas políticas buscan reducir la contaminación, conservar los recursos, preservar la integridad ambiental de bienes y servicios, y fomentar el uso sostenible de la biodiversidad. Se considera que esto es esencial para impulsar la competitividad empresarial y mejorar la calidad de vida.

En contraste, los deberes y las responsabilidades atribuidos a los consumidores en relación con el consumo sostenible son escasos y no reflejan un compromiso significativo para orientar la voluntad del consumidor o limitarla, en aras de convertirlo en un agente fundamental en la promoción del desarrollo sostenible. Además, en un contexto donde el comercio electrónico y las compras a gran escala fomentan el consumismo, no se han implementado políticas específicas que promuevan un comercio y consumo electrónico sostenibles.

Ahora, ¿qué relación tiene el consumo sostenible con el consumidor electrónico? Por ello, se ocuparán las próximas líneas delimitando la importancia de esta vinculación para generar una propuesta al ordenamiento jurídico colombiano.

3. La repercusión de la contratación en masa electrónica en el consumo sostenible: aspectos positivos y negativos

Sin duda, es posible afirmar que el desarrollo del comercio electrónico ha tenido un impacto positivo en la promoción del consumo sostenible, aunque no siempre sea el factor determinante en la elección del consumidor. Las prácticas de comercio en línea contribuyen al ahorro de recursos físicos no solo a través de la adopción de la gestión electrónica de documentos, que conlleva una notoria reducción en el uso de papel, sino también en términos de la disminución de los costos operativos asociados al almacenamiento de dicha documentación. Además, este enfoque conlleva una reducción significativa en los gastos de las empresas, lo que a su vez implica una disminución en el uso de recursos financieros y materiales. Aquí, se puede apreciar claramente una primera área en la que se interceptan estos temas: el comercio electrónico en sí mismo presenta aspectos de sostenibilidad empresarial al minimizar la utilización de insumos administrativos consumibles⁶⁰.

El comercio electrónico, en la actualidad, requiere un enfoque integral en la formulación de políticas que abarque la cooperación y colaboración entre diferentes áreas regulatorias, lo cual implica coordinar políticas relacionadas con la protección al consumidor, la fiscalidad, la competencia, el comercio y la protección del medio ambiente. A pesar de los aspectos positivos que ha traído consigo el comercio electrónico, es importante destacar que el aumento en el uso de tecnologías digitales, como computadoras y dispositivos móviles, conlleva costos ambientales relacionados con el uso de productos químicos, el consumo de electricidad y la gestión de residuos electrónicos. A medida que el comercio electrónico continúa evolucionando y los dispositivos conectados desempeñan un papel cada vez más importante en las transacciones en línea, es probable que las implicaciones medioambientales de estos dispositivos también aumenten.

Otro aspecto importante que merece destacarse es que el comercio electrónico ha impulsado la compra frecuente de productos con una vida útil más corta y una mayor dificultad en su reciclaje. A su vez, el comercio en línea facilita el intercambio comercial a través de las fronteras, lo cual puede plantear desafíos para la implementación de políticas ambientales a nivel nacional, regional y local. Un ejemplo de esto es la responsabilidad extendida del productor (REP), que busca que los fabricantes asuman la responsabilidad del impacto ambiental de sus productos durante toda su vida útil. En ciertos casos, el comercio electrónico representa un desafío para estos sistemas. Por ejemplo, dado que las empresas de comercio electrónico no tienen

60 Juan Diego Sánchez Sánchez. *Comercio electrónico sostenible: modelo de medición*. FIDELITAS, núm. 5. 2015. Pág. 100-117.

presencia física en el país de origen de los consumidores, es posible que no estén registradas en los sistemas nacionales de REP y como resultado las obligaciones de REP podrían no aplicarse. Un informe reciente de la Ocede advierte que el rápido crecimiento de las ventas en línea ha puesto en peligro la efectividad de los sistemas de REP⁶¹.

Numerosas voces han reaccionado rápidamente al señalar que este cambio en los hábitos de consumo puede tener efectos adversos para el medio ambiente. En última instancia, el auge del comercio electrónico ha dado lugar a un incremento significativo en la generación de residuos, debido al uso más extenso de envases y al aumento de prácticas como la entrega rápida, que requiere aproximadamente tres veces más energía que los métodos de envío tradicionales. Además, gracias al uso de algoritmos, las tiendas en línea han perfeccionado su capacidad para identificar las debilidades de los consumidores, influyendo de manera más eficaz en sus deseos e incluso detectando momentos de vulnerabilidad para inducir compras. También, es importante mencionar las elevadas tasas de devolución de productos en algunas categorías, lo cual en muchos casos conduce a la eliminación de productos en lugar de su reventa.

El comercio electrónico, si no se gestiona de manera responsable y sostenible, puede generar varios aspectos negativos que impactan en el consumo sostenible. Algunos de estos aspectos incluyen:

1. Incremento del consumismo: La facilidad de comprar en línea fomenta el consumismo, ya que los consumidores pueden realizar compras impulsivas y adquirir productos que realmente no necesitan. Esto lleva a un mayor uso de recursos naturales y una generación de residuos innecesarios.
2. Embalaje excesivo y desperdicio de envases: Muchos productos comprados en línea se envuelven en envases excesivos o innecesarios para protegerlos durante el transporte. Esto contribuye al desperdicio de materiales y aumentar la generación de residuos.
3. Mayor huella de carbono: El transporte de productos comprados en línea a menudo implica la emisión de gases de efecto invernadero. Los envíos individuales generan una mayor huella de carbono en comparación con las compras realizadas en tiendas físicas, especialmente cuando se trata de entregas *express*.
4. Obsolescencia programada: Algunas empresas pueden promover la obsolescencia programada al diseñar productos electrónicos y dispositivos

61 Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). UNPACKING E-COMMERCE: BUSINESS MODELS, TRENDS AND POLICIES. OECD Publishing. (2019).

- para que se vuelvan obsoletos rápidamente. Esto resulta en una mayor necesidad de reemplazar productos con frecuencia, lo cual contribuye al desperdicio de recursos y a la generación de residuos.
5. Problemas de devoluciones: Las devoluciones de productos comprados en línea son complicadas y costosas en términos de transporte y procesamiento. En algunos casos, los productos devueltos pueden ser desechados en lugar de volver a ponerse en circulación, lo que aumenta la generación de residuos.
 6. Falta de transparencia ambiental: Algunas empresas en línea pueden carecer de transparencia en cuanto a las prácticas ambientales y la sostenibilidad de sus productos. Esto dificulta que los consumidores tomen decisiones informadas sobre la compra de productos más sostenibles.
 7. Impacto en el comercio local: El auge del comercio electrónico a menudo afecta negativamente a las tiendas locales y a la economía local. Esto tiene implicaciones para la comunidad y la sostenibilidad económica a nivel local.

Para abordar estos aspectos negativos, es importante que Estados y empresas de comercio electrónico implementen prácticas sostenibles, como reducción de envases, opciones de envío más ecológicas y promoción de productos duraderos. Además, los consumidores pueden desempeñar un papel crucial al tomar decisiones de compra informadas y conscientes de su impacto ambiental. Las regulaciones y políticas gubernamentales también tienen un papel importante en la promoción de un comercio electrónico más sostenible. Por lo tanto, surgen tensiones entre la autonomía del consumidor y la necesidad de implementar políticas y regulaciones que fomenten cambios en las decisiones del consumidor hacia un consumo más sostenible. Estas políticas pueden requerir ciertas restricciones en la voluntad del consumidor en aras de un bien superior: la preservación del medio ambiente y la promoción del desarrollo sostenible.

4. ¿Cómo enfrentar la tensión entre el consumidor y el Estado para generar un consumo sostenible en el comercio electrónico?

En Colombia, el consumo sostenible está marcado por la tensión entre las responsabilidades del Estado y las obligaciones del consumidor. Para buscar una solución, puede iniciarse a partir del derecho de los consumidores a tener acceso a información

adecuada para que puedan tomar decisiones ambientalmente responsables. Además, debe existir una infraestructura que respalde sus esfuerzos por ser más sostenibles en sus elecciones de consumo, pues el consumo sostenible debería ser la opción más sencilla y evidente. Es esencial reducir la confusión en torno a cómo comprar de manera sostenible y garantizar que los fabricantes, minoristas y responsables de las políticas hagan todo lo posible para ofrecer productos seguros, duraderos y eficientes en términos de recursos. Esto debe ir acompañado de información clara y fiable que ayude a los consumidores a tomar decisiones informadas, y que esté contenida en las páginas web y en los términos y condiciones de ventas.

La sostenibilidad se ha convertido en un valor esencial para las empresas, ya que los consumidores demandan cada vez más que las marcas se comprometan con los problemas sociales. Esto se ha convertido en un factor crucial en su proceso de toma de decisiones de compra. Sin embargo, es fundamental que las marcas mantengan coherencia entre su discurso y sus acciones. En la actualidad, los consumidores son rápidos para identificar cualquier falta de ética por parte de las marcas⁶². A partir de ello, el Estado colombiano puede propiciar políticas en la creación de identificativos, o registros de aquellas empresas que comercialicen productos sostenibles.

Es importante, tomar como ejemplo que, cada vez más gigantes del comercio electrónico están alentando a los consumidores a tomar decisiones más sostenibles al ofrecer opciones de filtrado ecológico, proporcionando información sobre el impacto ambiental de los productos y aplicando estrategias de participación. En consecuencia, con el objetivo de brindar a los consumidores una mayor información, el Estado puede incentivar a las empresas que operan en el comercio electrónico a que se identifiquen como empresas sostenibles y promuevan activamente esta imagen en sus campañas de marketing. Sin embargo, es fundamental que todas las medidas mencionadas sean verificables y, por supuesto, auténticas, evitando así la práctica del *greenwashing*. Este término hace referencia a la comunicación de acciones supuestamente positivas para el medio ambiente que en realidad son parcial o totalmente falsas⁶³. De esta manera, se proporcionaría a los *cyberconsumidores* información más completa y transparente que les permita tomar decisiones más conscientes y sostenibles.

Hoy es un momento crucial en el cual el comercio electrónico está ganando un rol más destacado y, como resultado, ejerciendo un impacto creciente. Por tanto, es imperativo asegurar la responsabilidad en el comercio en línea y, aprovechando la

62 Gobierno de Navarra. *Guía para desarrollar un e-commerce para pymes, personas autónomas y emprendedoras navarras que deseen apostar por el comercio electrónico*. 2021.

63 Andrea Cayuela. *La importancia de la sostenibilidad en eCommerce*. TRUSTED SHOPS. Noviembre 3 de 2020.

influencia como consumidores, identificar a las empresas que no solo se comprometen con productos sostenibles, sino que también los introducen al mercado de una manera sostenible, promoviendo el desarrollo económico, social y ambiental en las áreas donde operan.

Se han planteado diversas alternativas para abordar la contaminación derivada del comercio electrónico, y entre las más innovadoras, aunque también más complejas de implementar a gran escala, se encuentra el empleo de embalajes reutilizables y reciclables, como el cartón y el plástico diseñados para cumplir con estas características. Sin embargo, esta propuesta ha generado controversia debido a las preocupaciones de algunos sectores que argumentan que estos materiales podrían no proporcionar una protección adecuada, a pesar de que no se ha demostrado este punto. Además, se han sugerido soluciones para minimizar el consumo de combustibles fósiles en los envíos, como promover la entrega en bicicleta para distancias cortas y consolidar envíos para distancias largas. Estas ideas también han enfrentado resistencia en ciertos sectores de la sociedad debido a que podrían resultar en tiempos de entrega más prolongados. Sin embargo, deben ser tomadas en cuenta para la elaboración de una política que promueva el consumo sostenible.

El consumidor electrónico desempeña un papel fundamental en la promoción del consumo sostenible mediante sus acciones individuales y elecciones de compra responsables. Sin embargo, es importante destacar que este papel debe ir acompañado de una normativa estatal que establezca deberes para orientar o limitar las decisiones del consumidor hacia un consumo más sostenible. Esta combinación de acciones individuales y regulaciones gubernamentales es esencial para lograr un comercio electrónico verdaderamente sostenible y equilibrar la libertad del consumidor con el bienestar ambiental y social a largo plazo.

El comercio electrónico es una herramienta fundamental para el desarrollo del comercio en todo el mundo. Sin embargo, si no se adoptan las medidas necesarias para garantizar su funcionamiento de manera sostenible, podrían surgir consecuencias negativas significativas en el futuro en términos de impacto ambiental y eficiencia en la logística. Es esencial equilibrar el crecimiento del comercio electrónico con prácticas responsables que minimicen su huella ecológica y promuevan un desarrollo sostenible a largo plazo.

Ahora bien, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente⁶⁴ propone a los gobiernos fomentar el comportamiento sostenible del consumidor a través de las Cuatro E (*Enable, Encourage, Engage, Exemplify*). Esta estrategia es un

64 United Nations Environment Program (UNEP). SUSTAINABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION. A HANDBOOK FOR POLICYMAKERS. UNEP Publishing. (2015).

marco teórico fácilmente comunicable que puede orientar el enfoque de los gobiernos para catalizar el cambio en las actitudes y los comportamientos de las personas y las comunidades, que si bien no son precisamente para el comercio electrónico, puede implementarse lo siguiente:

1. Habilitar el acceso a opciones proambientales: Esto busca facilitar que las personas adopten comportamientos sostenibles al proporcionarles las herramientas necesarias, como educación, habilidades e información. Deben estar disponibles y accesibles alternativas más sostenibles, así como una infraestructura adecuada para facilitar la práctica de comportamientos sostenibles. Incluso las personas bien intencionadas no pueden vivir de manera sostenible si no existen productos y alternativas sostenibles disponibles.

2. Fomentar a las personas: El gobierno debe enviar señales que muestren una clara preferencia por la sostenibilidad y alentar el cambio de comportamiento. Estas señales podrían incluir la presión de grupo, imponer impuestos más altos a las opciones insostenibles y financiar prácticas más sostenibles.

3. Comprometer a las personas en iniciativas para ayudarse a sí mismas: El gobierno debe esforzarse deliberadamente por involucrar a las personas en el proceso de cambio. Por ejemplo, brindando aportes al diseño de políticas, expresando lo que les importa en la vida real y en la sociedad, y comprendiendo las ventajas y desventajas de ciertos patrones de comportamiento. La investigación muestra que si las personas sienten que las soluciones son impuestas desde arriba y no están involucradas, se vuelven menos activas en la consecución de los objetivos de la política.

4. Ejemplificar los cambios deseados en las propias políticas y prácticas del gobierno: El gobierno debe dar ejemplo, mostrando lo que significa ser sostenible. Políticas como la adquisición pública sostenible, la priorización de proyectos de desarrollo sostenible sobre alternativas insostenibles y la capacitación en consumo sostenible para los empleados gubernamentales son ejemplos de liderazgo gubernamental.⁶⁵

65 Nota: traducción propia de los autores.

La relación entre el consumo sostenible y el consumidor electrónico reviste una gran relevancia en la actualidad, y resulta esencial abordarla a fin de proponer ajustes al marco legal colombiano que reflejen esta interconexión. Es imperativo esbozar la necesidad de una propuesta para el ordenamiento jurídico en Colombia, considerando el impacto ambiental significativo que el consumo electrónico puede tener. Esto se manifiesta en la producción, el transporte y la disposición de productos electrónicos, lo que implica la generación de residuos electrónicos, el consumo intensivo de recursos naturales y la huella de carbono asociada a la logística y el transporte.

El comercio electrónico brinda oportunidades para fomentar el consumo sostenible, ya que otorga a los consumidores acceso a una amplia gama de productos y servicios. Esto abre la puerta para promover productos y prácticas más sostenibles, como la adquisición de productos reciclables, la elección de opciones de envío respetuosas con el medio ambiente y la compra de productos de empresas comprometidas con prácticas sostenibles.

A su vez, el comercio electrónico puede desempeñar un papel importante en la educación del consumidor. Proporcionar información transparente sobre las características ambientales de los productos y ofrecer alternativas sostenibles puede empoderar a los consumidores al permitirles tomar decisiones de compra más informadas y responsables.

En resumen, la relación entre el consumo sostenible y el consumidor electrónico en Colombia destaca la necesidad de ajustar el marco legal para abordar el impacto ambiental del comercio electrónico, aprovechar las oportunidades que ofrece para promover la sostenibilidad y promover la educación del consumidor en este contexto. Las acciones conjuntas contribuyen significativamente a un enfoque más sostenible en el comercio en línea. Así, se hace una regulación necesaria para la implementación de estándares ambientales, etiquetas de sostenibilidad, incentivos fiscales para empresas sostenibles y la promoción de prácticas ecológicas de envío y embalaje.

En última instancia, la relación entre consumo sostenible y consumidor electrónico busca lograr un equilibrio entre las necesidades y los deseos de los consumidores y la preservación del medio ambiente. Esto implica permitir que los consumidores accedan a productos y servicios de calidad mientras se promueve un uso responsable de los recursos naturales y se reduce el impacto ambiental.

Todo lo anterior va acorde a lo que indica la directriz H de las Directrices para la Protección del Consumidor:

La responsabilidad del consumo sostenible la comparten todos los miembros y organizaciones de la sociedad; los consumidores informados, los

Estados Miembros, las empresas, los sindicatos y las organizaciones ambientales y de consumidores desempeñan funciones particularmente importantes a ese respecto.⁶⁶

Efectivamente, Colombia ha dado pasos importantes en la promoción del consumo sostenible, pero es evidente que aún queda un trecho por recorrer en la comprensión y regulación del impacto que el comercio electrónico tiene en este ámbito. El crecimiento del comercio en línea ha llevado consigo un aumento en el consumismo, especialmente a través de la contratación en masa, lo que a menudo no favorece prácticas de consumo sostenible.

Por esta razón, es imperativo considerar la implementación de normativas o políticas que involucren de manera más activa a las empresas que operan en el comercio electrónico, así como establecer mayores responsabilidades para los consumidores electrónicos con el fin de orientar sus decisiones hacia un consumo más sostenible. Esta aproximación equilibrada puede contribuir a mitigar los efectos negativos del consumismo en línea y promover prácticas de consumo más responsables.

Además, es importante reconocer que existe una brecha en la investigación sobre esta temática en Colombia, por lo cual se hace necesario centrar la atención en el comercio electrónico y en la formulación de estrategias para hacerlo más sostenible, teniendo en cuenta tanto las responsabilidades del Estado como las del consumidor. El análisis y la comprensión más profunda de esta interacción son esenciales para abordar de manera efectiva los desafíos y las oportunidades que presenta el comercio electrónico en el contexto del consumo sostenible en el país.

V. CONCLUSIONES

El desarrollo del comercio electrónico ha tenido un impacto positivo en la promoción del consumo sostenible al reducir el uso de recursos físicos y los costos operativos de las empresas. Sin embargo, no siempre es el factor determinante en la elección del consumidor. El comercio electrónico presenta aspectos de sostenibilidad empresarial al minimizar la utilización de insumos administrativos consumibles, como el papel.

El comercio electrónico demanda un enfoque integral para la formulación de políticas, que incluya la cooperación entre ámbitos normativos, como la protección al consumidor, políticas impositivas, competencia y protección al medio ambiente. A pesar de los aspectos positivos, el comercio electrónico también conlleva desafíos,

⁶⁶ Organización de las Naciones Unidas (ONU). *Directrices para la protección del consumidor*. 2016.

como el aumento del consumo de productos con una vida útil corta, el incremento en la generación de residuos y las implicaciones para la implementación de políticas ambientales.

El consumismo impulsado por el comercio electrónico y el embalaje excesivo pueden contribuir al desperdicio de recursos naturales y al aumento de residuos. Además, las altas tasas de devoluciones de productos generan problemas de gestión de residuos. Es crucial abordar estos aspectos negativos y promover prácticas sostenibles en el comercio electrónico a través de regulaciones gubernamentales, transparencia en la información, y la promoción de productos sostenibles.

Los consumidores desempeñan un papel fundamental al tomar decisiones de compra responsables y sostenibles. La educación del consumidor y el acceso a información adecuada son elementos clave para fomentar el consumo sostenible. El Gobierno colombiano puede desempeñar un papel importante al propiciar políticas que promuevan productos sostenibles y etiquetas de sostenibilidad. El empleo de embalajes reutilizables y reciclables, así como la promoción de opciones de envío ecológicas, son soluciones para minimizar la huella de carbono y el consumo de recursos en el comercio electrónico.

La combinación de acciones individuales y regulaciones gubernamentales es esencial para lograr un comercio electrónico verdaderamente sostenible. En Colombia, la relación entre el consumo sostenible y el consumidor electrónico destaca la necesidad de ajustar el marco legal para abordar el impacto ambiental del comercio electrónico, promover la sostenibilidad y educar a los consumidores.

En resumen, el comercio electrónico tiene el potencial de promover el consumo sostenible, pero también presenta desafíos ambientales y sociales. Es esencial equilibrar la libertad del consumidor con la preservación del medio ambiente y promover una regulación gubernamental que fomente el consumo sostenible en el comercio electrónico. Esto contribuirá a un enfoque más sostenible en el comercio en línea y al equilibrio entre las necesidades del consumidor y el bienestar ambiental y social a largo plazo.

VI. REFERENCIAS

Adriana Lucía López Álvarez. *Los deberes del consumidor relacionados con el consumo sostenible. Comparación entre los deberes del consumidor relacionados con el consumo sostenible consagrados en el Estatuto del Consumidor colombiano, con los deberes del consumidor relacionados con el consumo sostenible que se desprenden del Objetivo Doce de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y de su Directriz sobre Promoción del Consumo Sostenible*. Ed. Saúl

- Sotomonte. CONSUMIDOR Y EMPRESA. Editorial Universidad Externado. (2022). Pág. 77-132. Disponible en: <https://doi.org/10.2307/j.ctv2svjs8d.5>
- Alejandro Alzate Buitrago. *Revisión bibliométrica del consumo sostenible: una mirada histórica de la producción científica global*. SEMESTRE ECONÓMICO, vol. 24, núm. 56. 2021. Pág. 355-379. Disponible en: <https://doi.org/10.22395/seec.v24n56a15>
- Ana Yazmín Torres Torres. *Principios de la contratación electrónica*. PRINCIPIA IURIS, vol. 13, núm. 13. Abril 2014. Pág. 15-32. Disponible en: <https://tinyurl.com/52bfc3c2>
- Andrea Cayuela. *La importancia de la sostenibilidad en eCommerce*. TRUSTED SHOPS. Noviembre 3 de 2020. Disponible en: <https://tinyurl.com/2y9m2syt>
- Carlos Alberto Soto Coaguila. CONTRATACIÓN CONTEMPORÁNEA: TEORÍA GENERAL Y PRINCIPIOS. Editorial Temis. (2000).
- Carlos Alberto Soto Coaguila. *La contratación electrónica: los supuestos “contratos informáticos” y los contratos celebrados a través de medios electrónicos*. DERECHO PUCP: REVISTA DE LA FACULTAD DE DERECHO, núm. 55. 2002. Pág. 181-221.
- Carlos Vázquez Iruzubieta. *Comentario al artículo 1255 del Código Civil*. Dir. Manuel Albaladejo García. COMENTARIOS AL CÓDIGO CIVIL Y COMPILACIONES FORALES. Editoriales de Derecho Reunidas. (1991).
- Cesare Massimo Bianca. DIRITTO CIVILE: IL CONTRATTO. TOMO 2. Giuffré Editore. (1987).
- Christian Larroumet. TEORÍA GENERAL DEL CONTRATO. (2.ª edición). Ediciones Temis. (1999).
- Corte Constitucional de Colombia. SENTENCIA C-934/13. (M.P.: Nilson Pinilla Pinilla; 11 de diciembre de 2013).
- Daniel Peña Valenzuela. EL CONTRATO POR MEDIOS ELECTRÓNICOS: HOMENAJE A FERNANDO HINESTROSA, 40 AÑOS DE RECTORÍA 1963-2003. Editorial Universidad Externado. (2003).
- Daniela Accatino. *La “teoría clásica” del contrato y la discusión sobre su adaptación judicial*. REVISTA CHILENA DE DERECHO, vol. 42, núm. 1. 2015. Pág. 35-56. Disponible en: <https://tinyurl.com/mpzsehep>
- Decreto 1369 de 2014. Por el cual se reglamenta el uso de la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos. Julio 22 de 2014.

Decreto 284 de 2018. Por el cual se adiciona el Decreto 1076 de 2015, Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible, en lo relacionado con la Gestión Integral de los Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos-RAEE y se dictan otras disposiciones. Febrero 15 de 2018.

Departamento Nacional de Planeación (DNP). *Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018: "Todos por un Nuevo País"*. 2015. Disponible en: <https://tinyurl.com/mwkp8eyd>

Departamento Nacional de Planeación (DNP). *Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022: "Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad"*. 2019. Disponible en: <https://tinyurl.com/2se9bs4a>

Eduardo Calderón Marengo. *El orden público internacional como límite de la autonomía conflictual*. Coords. Cristian Alberto Robleto Arana, Eduardo Oliva Gómez, Neyla Abboud Castillo. EL DERECHO Y LOS SISTEMAS JURÍDICOS CONTEMPORÁNEOS DE LA ERA GLOBAL. Universidad Centroamericana de Nicaragua Publicaciones. (2020). Pág. 147-172.

Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. *Simposio sobre modalidades de consumo sostenible*. E/CN.17/1994/14 Annex. Naciones Unidas. 1994. Disponible en: <https://tinyurl.com/y8zzbbzs>

Eduardo Pablo Cerra. *De la autonomía de la voluntad: noción, limitaciones y vigencia*. ADVOCATUS, núm. 29. 2017. Pág. 177-188. Disponible en: <https://tinyurl.com/5n7t85yy>

Emilio Betti. *TEORÍA GENERAL DEL NEGOCIO JURÍDICO*. Editorial Comares. (2001).

Ennio M. Colón García. *La autonomía de la voluntad: un principio general del derecho*. REVISTA JURÍDICA DE LA UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DE PUERTO RICO, vol. 24, núm. 2. 1990. Pág. 213-234.

Ernesto Rengifo García. *DEL ABUSO DEL DERECHO AL ABUSO DE LA POSICIÓN DOMINANTE*. (2.ª edición). Editorial Universidad Externado. (2004).

Esther Gómez Calle. *DESEQUILIBRIO CONTRACTUAL Y TUTELA DEL CONTRATANTE DÉBIL*. Thomson Reuters Aranzandi. (2018).

Fernando Hinestrosa. *Función, límites y cargas de la autonomía privada*. REVISTA DE DERECHO PRIVADO, núm. 26. Enero-junio 2014. Pág. 5-39. Disponible en: <https://tinyurl.com/2f9bhp3h>

Francisco Pertíñez Vílchez. *LAS CLÁUSULAS ABUSIVAS POR UN DEFECTO DE TRANSPARENCIA*. Thomson Reuters Aranzandi. (2004).

- Gerardo José Ravassa Moreno. DERECHO MERCANTIL INTERNACIONAL: PRINCIPIOS Y NORMAS. (2.ª edición). Ediciones Doctrina y Ley. (2004).
- Gobierno de Navarra. *Guía para desarrollar un e-commerce para pymes, personas autónomas y emprendedoras navarras que deseen apostar por el comercio electrónico*. 2021. Disponible en: <https://tinyurl.com/37vvrucb>
- Henry Olán Sosa. *La contratación electrónica ante la directiva de los derechos de los consumidores del año 2011: su transposición al derecho español*. ARS BONI ET AEQUI, vol. 10, núm. 2. 2014. Pág. 11-49. Disponible en: <https://tinyurl.com/4exebr4>
- Honorable Congreso de la Nación Argentina. *Ley 26.994 de 2014. Código Civil y Comercial de la Nación*. BOLETÍN OFICIAL DE LA REPÚBLICA ARGENTINA, vol. 122, núm. 32.985. Octubre 8 de 2014. Disponible en: <https://tinyurl.com/5yu2r45m>
- Iván Pérez Solft. ¿Orden público internacional vs orden público interno y buenas costumbres? IUS: REVISTA DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE DERECHO, vol. 2, núm. 4. 2012. Pág. 1-19. Disponible en: <https://tinyurl.com/3kceaduz>
- Jaime Alberto Arrubla Paucar. *La autonomía de la voluntad y el derecho comercial*. REVISTA FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS, núm. 78. Diciembre 1987. Pág. 9-27. Disponible en: <https://tinyurl.com/yc7tacjc>
- Jesús Alfaro Aguila-Real. LAS CONDICIONES GENERALES DE LA CONTRATACIÓN. Civitas. (1991).
- José Luis Benavides. EL CONTRATO ESTATAL ENTRE EL DERECHO PÚBLICO Y EL DERECHO PRIVADO. Editorial Universidad Externado. (2009).
- Juan Diego Sánchez Sánchez. *Comercio electrónico sostenible: modelo de medición*. FIDELITAS, núm. 5. 2015. Pág. 100-117.
- Katuska Hernández Fraga, Danay Guerra Cosme. *El principio de autonomía de la voluntad contractual civil: sus límites y limitaciones*. REJIE: REVISTA JURÍDICA DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EDUCATIVA, núm. 6. Junio 2012. Pág. 27-46.
- Laurent Aynés. *Á propose de la force obligatoire du contract*. REVUE DES CONTRATS, núm. 1. 2003. Pág. 323-325. Disponible en: <https://tinyurl.com/4e35vzhk>
- Ley 84 de 1873. Código Civil de los Estados Unidos de Colombia. Diario Oficial 2.867. Mayo 26 de 1873.

Ley 11, 22 de junio de 2007, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos. BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO, núm. 150. 2007. Disponible en: <https://tinyurl.com/3mt343ay>

Ley 1480 de 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial 48.220. Octubre 12 de 2011.

Ley 1672 de 2013. Por la cual se establecen los lineamientos para la adopción de una política pública de gestión integral de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), y se dictan otras disposiciones. Julio 19 de 2013. Diario Oficial 48.856.

Laura Pérez Bustamante. DERECHOS DEL CONSUMIDOR. Editorial Astrea. (2004).

Lizeth Juliana García Atra, Eduardo Calderón Marengo. *Análisis jurídico de la globalización desde la perspectiva del Derecho comercial internacional*. CON-TEXTO: REVISTA DE DERECHO Y ECONOMÍA, núm. 51. 2020. Pág. 15-53. Disponible en: <https://tinyurl.com/vet4dnrw>

Luciana Beatriz Scotti. CONTRATOS ELECTRÓNICOS: UN ESTUDIO DESDE EL DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO ARGENTINO. Eudeba. (2016).

Luigi Ferrí. LA AUTONOMÍA PRIVADA. Trad. Luis Sancho Mendizábal. Editorial Revista de Derecho Privado. (1969).

Luis Carlos Plata López, Vladimir Monsalve Caballero. *Criterios para la interpretación de los contratos de condiciones uniformes, una estrategia para la reconstrucción del equilibrio jurídico y económico del contrato*. Ed. Vladímir Monsalve Caballero. TEMAS ACTUALES EN DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA. Editorial Universidad del Norte. (2011). Pág. 206-227.

Manuel de la Puente y Lavalle. *Las cláusulas generales de contratación y la protección al consumidor*. THEMIS: REVISTA DE DERECHO, núm. 31. 1995. Pág. 15-22. Disponible en: <https://tinyurl.com/h3d4sktp>

María Inés Arias de Rincón. *La formación y perfección del contrato por internet*. REVISTA CHILENA DE DERECHO, vol. 29, núm. 1. 2002. Pág. 111-126. Disponible en: <https://tinyurl.com/524b5aee>

María Victoria González de Prada. CONTRATO Y RECIPROCIDAD: HACIA UN DERECHO INTERCULTURAL. Ediciones Astrea. (2018).

Mauro Grondona. *Derecho contractual europeo, autonomía privada y poderes del juez sobre el contrato*. REVISTA DE DERECHO PRIVADO, núm. 22. Junio 2012. Pág. 135-147. Disponible en: <https://tinyurl.com/9aspyz2d>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. *Estrategia nacional de economía circular: cierre de ciclos de materiales, innovación tecnológica, colaboración y nuevos modelos de negocio*. 2019. Disponible en: <https://tinyurl.com/3x9r3etj>

Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. *Política Nacional de Producción y Consumo. Hacia una cultura de consumo sostenible y transformación productiva*. 2010. Disponible en: <https://tinyurl.com/49haedbs>

Mónica García Goldar. *Propuestas para garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles (ods 12)*. REVISTA DE FOMENTO SOCIAL, núm. 299. 2021. Pág. 91-114. Disponible en: <https://doi.org/10.32418/rfs.2021.299.4582>

Olivier Soro Russell. EL PRINCIPIO DE LA AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD PRIVADA EN LA CONTRATACIÓN: GÉNESIS Y CONTENIDO ACTUAL. Editorial Reus. (2016).

Organización de las Naciones Unidas (ONU). *Directrices para la protección del consumidor*. 2016. Disponible en: <https://tinyurl.com/5cmw7ym9>

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). UNPACKING E-COMMERCE: BUSINESS MODELS, TRENDS AND POLICIES. OECD Publishing. (2019). Disponible en: <https://doi.org/10.1787/23561431-en>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). *Acelerar la implementación para una recuperación sostenible. Reporte Nacional Voluntario*. Agosto 24 de 2021. Disponible en: <https://tinyurl.com/2s3p4fsh>

Ramón Herrera Bravo, María Salazar Revuelta. *La teoría del consentimiento contractual y su proyección en la tradición romanística y en la codificación europea: un análisis histórico-comparativo*. Coords. Alfonso Murillo Villar, Aránzazu Calzada González, Santiago Castán Pérez-Gómez. HOMENAJE AL PROFESOR ARMANDO TORRENT. Dykinson. (2016). Pág. 445-474.

Ricardo Pazos Castro. EL CONTROL DE LAS CLÁUSULAS ABUSIVAS EN LOS CONTRATOS CON CONSUMIDORES. Thomson Reuters Aranzadi. (2017).

Rodrigo Bercovitz Rodríguez-Cano (dir.). TRATADOS DE CONTRATOS. TOMO 1. (3.ª edición). Tirant lo Blanch. (2020).

Sara Lidia Feldstein de Cárdenas, Mónica S. Rodríguez, Luciana B. Scotti. CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA INTERNACIONAL: UNA MIRADA DESDE EL DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO. Editorial Académica Española. (2011).

Silvana Fortich. *Solus consensus obligat: principio general para el derecho privado de los contratos*.

REVISTA DE DERECHO PRIVADO, núm. 23. Julio-diciembre 2012. Pág. 191-207. Disponible en: <https://tinyurl.com/mxmz5cm7>

United Nations Environment Program (UNEP). SUSTAINABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION. A HANDBOOK FOR POLICYMAKERS. UNEP Publishing. (2015). Disponible en: <https://tinyurl.com/mux2mwe9>

Virginia Vega Clemente. *Derecho, revolución tecnológica y comercio electrónico*. REVISTA DE ESTUDIOS ECONÓMICOS Y EMPRESARIALES, núm. 27. 2015. Pág. 129-162. Disponible en: <https://hdl.handle.net/10662/4151>