

39

TEMAS PROCESALES

Vanessa Franco Ramírez
Editora



RED

— Proceso y Justicia —

2024-1 ISSN 2619-3655

ODR, HERRAMIENTAS EN CONSUMO Y COMERCIO ELECTRÓNICO

Carlos Esplugues Mota¹

RESUMEN

El presente análisis examina la progresiva preeminencia del derecho del consumo dentro del ámbito jurídico contemporáneo, destacando su evolución desde una mera regulación contractual hasta constituir una disciplina jurídica autónoma. Se enfoca en la consolidación de los consumidores como colectivo social y la consagración del derecho del consumo como un cuerpo normativo independiente, así como su pertinencia en un contexto globalizado y tecnológico. Subraya la imperiosa necesidad de normar el consumo de manera sostenible y equitativa, con el propósito de salvaguardar los derechos de los consumidores y fomentar prácticas comerciales equitativas. Además, se analiza detenidamente la interrelación entre el consumo y la sostenibilidad, resaltando la responsabilidad compartida entre consumidores, empresas y entidades regulatorias.

Asimismo, se abordan los desafíos legales asociados al comercio electrónico y la complejidad inherente a los conflictos transfronterizos en el ámbito del consumo. En última instancia, se concluye en la trascendencia de abordar cuestiones como la sostenibilidad, el acceso a la justicia y la regulación del comercio electrónico para asegurar la efectiva protección de los derechos de los consumidores en un entorno

¹ Carlos Esplugues Mota es Catedrático de derecho internacional privado en la Universidad de Valencia (España). Fue Presidente de la Asociación española de Profesores de Derecho Internacional y Relaciones Internacionales. Es representante del Reino de España en la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (UNCITRAL/CNUDMI.WG II Conciliación y Arbitraje) y ha formado parte de diversas comisiones legislativas en la Comisión Europea, actuando de forma regular, hasta su nombramiento como representante de España en la CNUDMI, como árbitro y mediador internacional. Es uno de los más destacados especialistas españoles en Derecho Internacional Privado y Derecho Comercial Internacional, constando como uno de los 5 autores españoles de Derecho Internacional Privado, Derecho del Comercio Internacional y de resolución de controversias comerciales internacionales más citados de acuerdo con Google Académico y apareciendo en el top 1.2% en ssrn.com Su obra, traducida al español, inglés, japonés y ruso es amplísima en número y materias tratadas (595 publicaciones a fecha enero de 2023: 8 libros como autor único, 87 como director, editor o autor de capítulos en libros internacionales, 351 como director, editor o autor de capítulos en obras nacionales, 62 artículos en revistas jurídicas internacionales y 87 artículos en revistas jurídicas nacionales). Es Doctor honoris causa por diversas universidades, y ha sido reconocido por las más altas instituciones científicas internacionales, además, imparte docencia como profesor invitado de forma regular en Europa, América y Asia.

jurídico caracterizado por un constante devenir. Este análisis incita a reflexionar sobre la necesidad de adecuar el derecho del consumo a los imperativos del siglo XXI, propiciando una mayor equidad y justicia en las relaciones comerciales y fortaleciendo la salvaguarda de los consumidores en un contexto globalizado y digitalizado.

Palabras clave: Derecho del consumo; Consumo sostenible; ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible); Comercio electrónico; Acceso a la justicia.

ONLINE DISPUTE RESOLUTION, TOOLS IN CONSUMER AND E-COMMERCE

ABSTRACT

The present analysis examines the progressive preeminence of consumer law within the contemporary legal sphere, highlighting its evolution from mere contractual regulation to constituting an autonomous legal discipline. It focuses on the consolidation of consumers as a social collective and the consecration of consumer law as an independent normative body, as well as its relevance in a globalized and technological context. It underscores the imperative need to regulate consumption in a sustainable and equitable manner, with the purpose of safeguarding consumers' rights and promoting fair commercial practices. Additionally, the interrelationship between consumption and sustainability is thoroughly analyzed, emphasizing the shared responsibility among consumers, businesses, and regulatory entities.

Moreover, the legal challenges associated with e-commerce and the inherent complexity of cross-border conflicts in the realm of consumption are addressed. Ultimately, it is concluded that addressing issues such as sustainability, access to justice, and regulation of e-commerce is crucial to ensuring the effective protection of consumers' rights in a legal environment characterized by constant change. This analysis prompts reflection on the need to adapt consumer law to the imperatives of the 21st century, fostering greater equity and justice in commercial relationships and strengthening consumer protection in a globalized and digitized context.

Key Words: Consumer Law; Sustainable Consumption; SDGs (Sustainable Development Goals); E-commerce; Access to Justice.

INTRODUCCIÓN

El derecho del consumo constituye uno de los ámbitos más apasionantes de la ciencia jurídica. La toma de conciencia del legislador sobre la existencia de un colectivo que debe ser protegido se ha plasmado en amplios desarrollos legislativos de muchos lugares del planeta. De hecho, pocos ámbitos han contado con un desarrollo y un reconocimiento tan amplio y rápido como el que ofrece el derecho del consumo. En apenas seis décadas, las que van desde el discurso del Presidente Kennedy hasta la actualidad, esta rama del derecho se ha consolidado como una de las más dinámicas y cercanas al ciudadano. En el momento actual, sin embargo, confronta, como otros muchos ámbitos de la ciencia jurídica, un conjunto de retos novedosos que van a marcar su futuro mediato.

La realidad actual del consumo, y los nuevos retos que genera y con los que se ve confrontados, exige repensar este ámbito del derecho y las respuestas que ofrece a esta problemática cada vez más compleja, que puede poner en entredicho gran parte de los avances —y de los derechos atribuidos al consumidor— de los últimos años en este sector. Muchas son las nuevas preguntas planteadas. Al compás del incremento del consumo y del cambio en los hábitos del consumidor, el derecho del consumo afronta, entre otros, la problemática de su engarce con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La necesidad de acompasar la actuación de los consumidores a la necesaria toma de conciencia en torno a la crisis climática y la limitación de los recursos naturales choca de frente con la consolidación de un consumo en masa en un mundo cada vez más interconectado, planteando la consecuente necesidad de combinar la protección del planeta con las expectativas y derechos del consumidor.

Este aumento constante de las operaciones de consumo, que cada vez más se desarrollan de forma electrónica, genera un incremento notable de los litigios en este sector. Litigios en muchas ocasiones internacionales cuya naturaleza, sin embargo, el propio consumidor desconoce. La necesidad de ofrecer al ciudadano consumidor vías accesibles y efectivas de resolver sus disputas de consumo plantea el recurso a distintos mecanismos de resolución alternativa o complementaria de disputas, dadas las limitaciones que el recurso a los tribunales estatales plantea, máxime en los casos de litigios transfronterizos.

Los distintos legisladores nacionales e internacionales son crecientemente conscientes de este hecho, favoreciendo el recurso a estos medios y buscando, además, su uso en línea. Una posibilidad que ya existe y que, previsiblemente, verá aumentada su implementación exitosa en los próximos años. Habrá que ver si los distintos legisladores nacionales son capaces, también, de aportar nuevas respuestas.

1. LOS BRÍOS RENOVADOS DE UN ÉXITO: EL DERECHO DEL CONSUMO

La ciencia jurídica del Siglo XX ofrece en el derecho del consumo uno de sus más relevantes aportes. Si bien los diversos códigos civiles nacionales han incorporado históricamente, con sus lógicas diferencias y modulaciones, un tratamiento del incumplimiento contractual, la consolidación del derecho del consumo como sector jurídico individualizado ha permitido singularizar la respuesta ofrecida, dotándola de unas características propias. Ya no estamos ante la problemática clásica de la función desarrollada por una parte en el marco de un específico tipo contractual —la compraventa o la prestación de servicios son paradigmáticos al respecto—, sino ante actuaciones de ciudadanos pertenecientes a una concreta categoría de personas (los consumidores) que, precisamente por pertenecer a ella, ven particularizada su condición y el tratamiento de su actividad (Basedow, 2021, p. 508).

Esta idea de pertenencia, y las consecuencias que de ella se derivan, vienen directamente vinculadas a la explicitación que, en marzo de 1962, realizaba el presidente norteamericano John F. Kennedy ante el Congreso de su país, de una realidad tan relevante, como carente de reconocimiento jurídico hasta ese momento. Todos somos, decía, «Consumidores, por definición». Y este colectivo, además, constituye «el grupo mayoritario de la economía, afectando y siendo afectados por la práctica totalidad de las decisiones económicas públicas y privadas»².

Esta simple constatación marca el inicio de una nueva época, que ha generado un impacto plural y duradero que supera, con mucho, la estricta dimensión jurídica. Con ella, los consumidores y sus derechos se visibilizan, pasando a adquirir toda esta problemática una dimensión política, social o económica, hasta entonces desconocida.

La consolidación de la figura del “consumidor” conlleva un desplazamiento del foco de la relación jurídica, desde el tipo contractual a la afiliación de la persona que se consolida en un concreto grupo social (los consumidores), el cual está caracterizado por los desequilibrios que padecen en su actuar diario. Las anteriores condiciones obligan a los diversos legisladores nacionales e internacionales a diseñar un conjunto amplio y diverso de medidas tendentes a lograr el reconocimiento de este grupo como colectivo singularizado. El cual, a su vez, les atribuye un amplio volumen de derechos destinados a consolidar ciertos objetivos de redistribución y reequilibrio de fuerzas, para compensar las limitaciones que, de forma intrínseca, presenta el consumidor en su vida diaria.

Desde el simbólico momento de 1962 y la actualidad, la idea del *Homo Consumens* se ha visto afianzada (Rodríguez Días, 2012). Al compás de esto, el derecho del consumo ha gozado de un desarrollo exponencial y plural, reafirmandose como una

² Traducción propia.

rama independiente de la ciencia jurídica. Un derecho que, amén de presentar una especial cercanía con el ciudadano, cuenta con metas y vida propias, las cuales dan cuenta de una independencia y madurez que se patentizan, entre otros, en el enorme entramado de textos y declaraciones que jalonan su crecimiento en el plano interno y, también, en el internacional.

En Colombia, el primer párrafo del artículo 78, inicial del Capítulo 3: *De los derechos colectivos y del ambiente*, del Título II: *De los derechos, las garantías y los deberes*, de la Constitución Política (C.P., 1991), afirma la obligación de que la ley regule el control de calidad de los bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Para ser responsables, debemos incluir el segundo párrafo del precepto, que indica que «quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios».

El Estado debe, igualmente, garantizar, tal como precisa el tercer apartado del apuntado artículo 78, la «participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen». Interviniendo, al amparo del artículo 334 del texto constitucional: «en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados» como forma de conseguir, entre otros objetivos, el «mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes» (C.P., 1991). Obligaciones y objetivos que sirven de base para la promulgación de la Ley 1480 de 2011, por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones (Sayas Contreras, Arrieta Flórez, y Latorre Iglesias, 2018, p.62).

Pero no estamos solos, como decimos, ante una abundante regulación nacional, la tarea realizada en el plano internacional es enorme y plural, y su impacto, muy relevante. Recordemos, así, las Directrices para la protección del consumidor de la Naciones Unidas (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 1985), revisadas en 2015³, que recogen las principales características que deberían tener, para ser eficaces, las leyes de protección del consumidor, las instituciones encargadas de aplicarlas y los sistemas de compensación. O los trabajos desarrollados en el marco de la *Association of Southeast Asian Nations (ASEAN)* que, en su día, estableció el *ASEAN Coordinating Committee on Consumer Protection*, rebautizado en 2007 como: *ASEAN Committee on Consumer Protection*⁴.

3 Resolución aprobada por la Asamblea General el 22.12.2015 [sobre la base del informe de la Segunda Comisión (A/70/470/Add.1)] 70/186. Protección del consumidor (disponible en: https://unctad.org/system/files/official-document/ares70d186_es.pdf).

4 Este es un mecanismo para fomentar la protección de los consumidores en esta área del mundo que fue lanzado en 2016: *El ASEAN Strategic Action Plan for Consumer Protection (ASAPCP) 2025*. Entre otros objetivos, busca establecer «a common ASEAN consumer protection framework» asegurando «a high common level of consumer empowerment and protection», y un alto grado de confianza

En Iberoamérica, en el seno del MERCOSUR, se elaboraron en 2019 unos «Principios fundamentales para la defensa del consumidor», que se vinculan con el denominado «Logro 22: Sistema regional de defensa del consumidor»; los cuales están articulados a través del proceso de armonización de legislaciones en esta área⁵.

Con similar filosofía se crea en 2007, en el entorno del SICA, el Consejo Centroamericano de protección al consumidor (CONCADECO)⁶. Y, en la Comunidad Andina de Naciones, se adoptará la Decisión 608, de 29 de marzo de 2005: Normas para la protección y promoción de la libre competencia en la Comunidad Andina, que tienen como objetivo, de acuerdo con su artículo 2: «la protección y promoción de la libre competencia en el ámbito de la Comunidad Andina, buscando la eficiencia en los mercados y el bienestar de los consumidores». A esta última, se añade la Decisión 539, del 11 de marzo de 2003 (Mesa andina de participación de la Sociedad Civil para la defensa de los derechos del consumidor)⁷ que, como afirma su artículo 1, establece

una Mesa Andina de Trabajo sobre la Promoción y Protección de los Derechos del Consumidor, como instancia consultiva dentro del marco del Sistema Andino de Integración, para promover la activa participación de las instituciones, públicas y privadas, vinculadas con la defensa de los derechos del consumidor en los Países Miembros de la Comunidad Andina, en los procesos de concertación social y de toma de decisiones de la integración subregional en las áreas de su interés.

En esta misma línea evolutiva de explicitación de la defensa del consumidor como principio esencial y como objetivo legislativo, avanzarán los Tratados fundacionales de la actual Unión Europea, los cuales se verán colmados con el paso del tiempo gracias al reconocimiento expreso de los derechos mencionados. Así, el artículo 12 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea afirma el carácter transversal de la protección del consumidor, señalando de forma taxativa la necesidad de tener en cuenta la exigencia de la protección de los consumidores, por lo que deberán «definirse y ejecutarse otras políticas y acciones de la Unión» (2010). Un posicionamiento que se acompaña de la introducción del Título XV del Tratado, dedicado a la protección de los consumidores, cuyo único artículo: el 169, prevé la adopción de un elenco de medidas diversas con el objetivo de «promover

del consumidor <https://asean.org/our-communities/economic-community/competitive-innovative-and-inclusive-economic-region/consumer-protection/>

⁵ Este proceso ha conducido a la aprobación de todo un conjunto de normas que, entre otras cuestiones, establecen los derechos básicos de los consumidores, regulando aspectos vinculados a la protección de la salud y de su seguridad, publicidad, garantías contractuales, y el derecho a la información en las transacciones comerciales efectuadas por ellos a través de internet. Vid. <https://www.mercosur.int/logro-22-sistema-regional-de-defensa-del-consumidor/>

⁶ Vid. <http://directorio.sela.org/listado-de-organismos/concadeco.aspx>

⁷ Vid. <http://www.sice.oas.org/trade/junac/decisiones/DEC539S.asp>

los intereses de los consumidores y garantizarles un alto nivel de protección», contribuyendo a proteger su salud, seguridad e intereses económicos, «así como a promover su derecho a la información, a la educación y a organizarse para salvaguardar sus intereses».

Un compromiso que se ve apoyado en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión, de 2000, cuyo artículo 38, titulado: *Protección de los consumidores*, recoge que en «las políticas de la Unión se garantizará un nivel elevado de protección de los consumidores». Disposición que se plasma en un elenco amplísimo de disposiciones dictadas por la Unión para regular los más variados ámbitos de la vida de los consumidores europeos, protegiendo sus derechos y asegurando su acceso a la justicia (Esplugues Mota, 2023, p.50).

2. UNA RAMA DEL DERECHO EN MOVIMIENTO: RETOS NOVEDOSOS PARA EL CONSUMO Y PARA EL DERECHO DEL CONSUMO

La actividad de consumo y el número de consumidores, no hace sino incrementarse en el marco de una economía mundial que basa su crecimiento en él. La forma de consumir también varía con un incremento constante y sostenido del comercio electrónico. En el caso de Colombia, por ejemplo, hablamos de una realidad que afecta a 26,19 millones de colombianos —más de la mitad de los casi 52 millones con que cuenta el país— que realizaron compras en línea solo en el 2022. Actualmente se cuenta con un 73% de conciudadanos que realizan más compras en línea que antes de la pandemia ocasionada por el COVID 19 (Gómez Ramírez, 2023). Un comercio que en ese mismo 2022 alcanzó en el país una facturación total de 9.350 millones de dólares, con lo que se presenta como el mercado número 32 en el plano mundial, por delante, por ejemplo, de Dinamarca. Además, se prevé que los ingresos por ventas en línea seguirán creciendo hasta alcanzar los 14.520 millones de dólares en 2027 (Carrasco, 2023).

Frente a lo que era tradición hace apenas unas décadas, el consumo se desarrolla ahora en sociedades crecientemente interconectadas, con operadores que actúan en clave global y que mueven mercancía desde todos los lugares del planeta. Además, prestan servicios en todo el mundo, lo que dota —en múltiples ocasiones y de manera cada vez más habitual— de carácter transfronterizo a las operaciones de consumo del mercado.

En el entorno de esta sociedad crecientemente internacionalizada, que entiende el consumo como un elemento consustancial de la vida diaria, como una forma de relacionarse con los demás, el derecho del consumo se presenta como una realidad consolidada en el plano mundial.

El derecho de consumo es un sector de la ciencia jurídica —y del ordenamiento, nacional e internacional— que representa un punto de encuentro entre culturas jurídicas, y que ha logrado, en apenas seis décadas, una acelerada relevancia y un alto nivel de reconocimiento por los ciudadanos consumidores. Esta área del

derecho resulta especialmente cercana y, como ocurre con el resto del entorno jurídico, se ve actualmente confrontada con la aparición de retos novedosos de impacto planetario que, previsiblemente, van a tener un efecto directo en la idea misma de consumo, de consumidor, de la actividad de consumo, en su regulación y en la salvaguarda de los derechos de los consumidores. Entre todos los retos, destaca especialmente la problemática de su necesario engarce con los ODS.

La relación entre derecho del consumo, consumidor y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) presenta una imprescindible, casi angustiada, relevancia en nuestros días. En este sentido, dos son, como mínimo, los retos ineludibles, e interrelacionados que van a marcar el futuro inmediato del derecho de consumo; sin que puedan entenderse ambos de manera aislada al ser, pues estos son, de alguna manera, causa y consecuencia el uno del otro.

- 1) Así, en primer lugar, la eclosión consumidora cuenta con un impacto directo, y negativo, sobre el medio ambiente, forzando a repensarlo y a readaptarlo en la búsqueda de un consumo sostenible. Esto de acuerdo con la línea del objetivo 12 ODS: «Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles». Un comercio sostenible que favorece la aparición de un nuevo sujeto de protección: el planeta, que necesariamente va a tener un impacto generado por los patrones de consumo y los derechos de los consumidores.
- 2) En segundo lugar, y directamente vinculado al anterior, la revolución tecnológica, y la globalización de la economía favorecen el acceso al comercio electrónico. Con él, la aparición de un consumidor más complejo en su actuar que, además, deviene actor protagonista de una actividad que, por su propia condición, trasciende las fronteras nacionales. Con ello surgen retos adicionales relacionados, por ejemplo, con el ejercicio y salvaguarda de los derechos reconocidos a los consumidores.

El enlace con el objetivo 16 ODS: «Paz, justicia e instituciones sólidas» es tan directo como relevante. La problemática del acceso del moderno consumidor global a una justicia eficiente, previsible y asequible, va a tener que ofrecer respuestas a situaciones crecientemente transfronterizas, que cobran una relevancia adicional en una economía digitalizada e interconectada como la actual.

3. UN CONSUMO CADA VEZ MÁS ELECTRÓNICO, SOSTENIBLE Y RESPETUOSO CON LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Vivimos en un planeta que enfrenta una crisis climática que se agudiza día a día, y que, entre consecuencias plurales, afecta a la actividad de consumo, en masa y en línea, sobre la que se sustenta la economía moderna. Esta transformación ha traído como resultado que se plantee la cuestión de la necesaria evolución hacia un consumo sostenible. Estamos «en el inicio del cambio» (González, 2021),

de un cambio en los hábitos de consumo que, necesariamente, y dado su eventual impacto en la economía global, va a trascender las estrictas dimensiones del Derecho.

La verbalización de la necesidad de un consumo, y de una producción sostenible, se remonta a la Cumbre de Río de 1992. El Principio 8 de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo habla de la necesidad de reducir y eliminar las modalidades de producción y consumo insostenibles (Naciones Unidas, 1992). Dos años más tarde, en 1994, en el *Oslo Symposium on Sustainable Consumption*, se ofrecerá la primera definición de «consumo y producción sostenible»:

the use of services and related products, which respond to basic needs and bring a better quality of life while minimizing the use of natural resources and toxic materials as well as the emissions of waste and pollutants over the life cycle of the service or product so as not to jeopardize the needs of further generations (Ari y Yikmaz, 2020, p.55).

La búsqueda de un “consumo sostenible” se vincula directamente con los ODS aprobados por Naciones Unidas en septiembre de 2015, y constituye cada vez más una de las preocupaciones actuales de los consumidores (Comisión Europea, 2022). En concreto, al apuntado Objetivo 12: *Producción y consumo responsables*, asume el vínculo entre el consumo y la producción mundiales como fuerzas impulsoras de la economía. Y plantea su decisiva incidencia en el actual proceso de degradación medioambiental, puesto que representa un impacto negativo directo en el medio ambiente y en la explotación de los recursos naturales, de los que dependen tanto nuestra supervivencia como especie (Naciones Unidas, 2015). Este efecto negativo se acrecentará todavía más si la población alcanza los previstos 9.600 millones en 2050, en contraste con los 2.540 de 1950 (Statista, 2023); en este sentido, estaríamos hablando de 3,7 por ciento más población en un solo siglo y en un mismo mundo. De acuerdo con las estadísticas mencionadas, se necesitaría el equivalente de 3 planetas anuales para mantener el estilo de vida actual.

El incremento sostenido de la población, el aumento del nivel de vida y los cambios en los hábitos de los consumidores han conducido a que el consumo doméstico de materiales (*Domestic Material Consumption*), esto es, la cantidad total de materiales usados por una economía (Comisión Europea, 2023), se haya más que triplicado en el mundo en los últimos 50 años⁸.

El consumo, y la producción insostenible sobre el que este se asienta, «amenazan con superar la capacidad de carga del planeta», planteando la necesidad de que los consumidores, fundamentalmente los consumidores ricos en países desarrollados (20% de la población) avancen «hacia modalidades de consumo sostenible» (Naciones Unidas, s.f.). La población con menos recursos solo representa el 6% del total de ingresos por consumo.

Lo que no oculta el hecho de que los ciudadanos —y empresas— de países desarrollados (la UE es un buen ejemplo) siguen siendo los más grandes usuarios-

⁸ Ver: https://wesr.unep.org/sdg/country_profile/globalindicator1222.html?country=GL

consumidores. Este factor debe, necesariamente, tomarse en consideración para evitar la adopción de medidas similares frente a realidades diversas, lo que terminaría homogeneizando a consumidores que, a lo largo del planeta, no son para nada iguales. Recordemos cómo el «consumo de una persona normal en un país de ingresos elevados es un 60% más alto que el de una persona en un país de ingresos medios-altos, y 10 veces mayor que el de una persona en un país de bajos ingresos» (Naciones Unidas, 2019). Adoptar medidas similares respecto a todos conduce, necesariamente, a agravar las desigualdades que ya sufren los consumidores de países en desarrollo frente a los consumidores de países desarrollados (Naciones Unidas, 2019).

En la ecuación consumo–producción, esta última ha sido la que ha recibido un mayor volumen de atención, y la que más actuaciones ha generado (Saumier, 2921, p. 387). El concepto y pautas de la producción sostenible están claramente identificados, y no se puede alegar desconocimiento sobre su significado. No puede decirse lo mismo, sin embargo, con relación al término “consumo sostenible”, sobre la que no existe una noción clara, ni un entendimiento común, ni respuestas definidas (Mont, 2019, p. 7). Se trata de alterar los patrones de consumo a través de cambios en el estilo de vida y conducta —y opciones— de los consumidores.

Ahora bien, el concepto de “consumo sostenible” varía según se haga una aproximación al término desde una perspectiva de sostenibilidad del consumo “weak” o “strong” (Hobson, 2013, p. 1082). Y, con ello, o bien se relativicen los objetivos a alcanzar, o se apueste por un cambio radical de los hábitos del consumo de los ciudadanos.

En uno u otro caso, la opción por un consumo sostenible —o más sostenible— anclado en un uso eficiente de los limitados recursos naturales existentes (Naciones Unidas, 2019), va a contar, necesariamente, con un impacto directo en el consumidor y en su actividad. Lo que hará, por ejemplo, cada vez más habituales los supuestos de intervenciones gubernamentales destinadas a restringir el uso o consumo de ciertos productos, para lo que se adoptarían disposiciones muy variadas en su naturaleza (Ibidem). Estas disposiciones deberían estar dotadas de un marcado carácter imperativo que garantice la protección de los estándares y exigencias (Dreyzin De Klor, 2019, p. 246.).

El objetivo 12 de los ODS busca consolidar un cambio beneficioso para el planeta. Una mudanza que, sin embargo, más pronto que tarde le va a general al consumidor, al menos al consumidor medio, un más limitado acceso a determinados bienes y servicios y, también, un previsible incremento en el precio de estos. También es probable que llegue a afectar a sus derechos de consumidor. Y no solo como consecuencia de requerirle una apuesta por un estilo de vida más sostenible, y por el eventual fomento de la economía circular (Naciones Unidas, 2015), sino por la consolidación de un nuevo interés superior —el del planeta—, al que deberá subordinarse el interés del consumidor, tanto como persona individual como colectiva.

En este sentido, la educación va a ser un dato determinante: el objetivo 12.8 ODS habla de la exigencia de una tuición para el desarrollo sostenible plasmado en que de aquí a 2030 se asegure que «las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza» (Naciones Unidas, 2015). Con ello se trata de «empoderar a los consumidores a fin de ayudarles a adoptar decisiones fundamentadas en lo que respecta a sus opciones de compra en favor de productos, bienes y servicios sostenibles» (Ibidem). Lo que exige, necesariamente, que los Estados deban tomar la iniciativa en la elaboración de medidas normativas a escala nacional.

La propia ONU, a través de la Asamblea de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente aprobó, el 15 de marzo de 2019, una Resolución sobre vías innovadoras para lograr el consumo y la producción sostenibles (p. 3). La Asamblea reconoce la exigencia de lograr modalidades de consumo y producción sostenibles «como requisito esencial para el desarrollo sostenible» (Ibidem), asumiendo la existencia de políticas diversas para su logro en los distintos países del mundo, y alentando a la adopción de diversas medidas para promover este tipo de consumo y producción.

Entre ellas, destaca la invitación a los Estados, ciudades, comunidades locales y los interesados pertinentes, incluidos los fabricantes y minoristas,

a que intensifiquen su colaboración para permitir que los consumidores y las autoridades públicas adopten decisiones fundamentadas, por ejemplo, mediante la provisión de información fiable al consumidor sobre la eficiencia en el uso de los recursos y una mayor sostenibilidad de los productos y servicios, incluso, cuando proceda, mediante información sobre los enfoques para aumentar la longevidad y la reutilización de los productos y el reciclaje de materiales, y mediante información sobre herramientas e incentivos eficaces para que el consumidor opte por decisiones sostenibles, por ejemplo, cuando proceda, planes de responsabilidad ampliada de los productores (pp. 3-4).

Así como a que

elaboren e implementen políticas, planes y programas públicos que apoyen la educación y fomenten la concienciación sobre la importancia de las modalidades de consumo sostenible, los estilos de vida sostenibles y el comportamiento sostenible de los consumidores, y desarrollen aptitudes conexas en los círculos académicos y el sector privado, incluido el sector financiero (p.4).

En esta misma línea, y teniendo en cuenta las actuaciones de la Unión Europea en materia de consumo y producción sostenibles (Amanatidis, & Lipcaneanu, 2013, p.1), uno de los resultados alcanzados en el *European Consumer Summit 2021* (Comisión Europea, 2021) será, precisamente, en línea con lo dispuesto en la acción 18 de la Nueva Agenda del Consumidor, el «Promote consumer education initiatives on sustainable consumption, including through targeted actions addressing specific segments of consumers, such as young and elderly consumers» (Comisión Europea, 2020, p.21).

En todo caso, el creciente carácter global del consumidor y de la actividad de consumo, realizada cada vez más frecuentemente en línea, sin contacto directo con el proveedor del bien o del servicio, y sin conocer exactamente la identidad de este, tiene una incidencia plural en la actividad de consumo, en su regulación y en la propia persona del consumidor, dotándole de un nivel de internacionalidad y de complejidad que no había tenido precedentes.

La potencial existencia de normativas nacionales con diversos grados de exigencia y/o de derechos para los consumidores, cuenta con un impacto directo, y acrecentado, en la actividad transfronteriza de estos. Una actividad internacional que realizan, por ejemplo, al adquirir bienes o servicios en línea y que, en múltiples ocasiones, desarrollan de forma inconsciente: sin ser plenamente responsables de las consecuencias jurídicas y de las complejidades que ello puede suponer. No solo esto puede afectar de manera decisiva la efectividad de sus derechos, al limitar, o incluso imposibilitar, el acceso a la justicia efectiva, debido a costes y condicionantes. Justo la problemática a la que se refiere el objetivo 16 de los ODS.

4. COMERCIO ELECTRÓNICO, ACCESO A LA JUSTICIA Y ODR

Los cambios en los modos de consumir, entre los que destaca un creciente recurso al comercio electrónico —auténtica puerta al mundo, y a productos y servicios antes no disponibles o inalcanzables—, facilita la aparición de potenciales conflictos en las operaciones de consumo. A mayor actividad económica y, por lo tanto, a mayor cantidad de negocios jurídicos que la sustentan, más posibilidad de que se generen litigios. Litigios que, además, vendrán dotados de un grado adicional de complejidad. El hecho de que se trate habitualmente de operaciones de bajo coste, que cuentan con una creciente naturaleza transfronteriza, y de que esta sea en múltiples ocasiones desconocida por el propio consumidor agrega una especial dificultad y onerosidad al eventual litigio planteado.

4.1 Tribunales estatales y acceso a la justicia en el ámbito del consumo

Las usuales dudas sobre la capacidad de los tribunales estatales de ofrecer respuestas sencillas, accesibles, previsibles y seguras a las expectativas de los ciudadanos consumidores se ven incrementadas por los costes que supone la litigación internacional, y por la incertidumbre que implica el hecho de que entren en contacto entre sí distintos ordenamientos jurídicos, con diversos niveles de protección del consumidor, cuya aplicabilidad —y contenido— son, como decimos, desconocidos por el consumidor en muchas ocasiones.

El legislador nacional se ve confrontado con la exigencia de articular los mecanismos adecuados para ofrecer el consumidor —cada vez más digitalizado y, por lo tanto, cada vez más internacionalizado y global— una vía de resolución de sus litigios que se adecúe a sus expectativas y a la cuantía, generalmente reducida, de los litigios planteados.

En este sentido, el ciudadano consumidor tiene siempre abierto el acceso a los tribunales estatales para resolver estas disputas. Sin embargo, este es un acceso que, en muchas ocasiones, es más teórico que real. La respuesta que se ofrece habitualmente resulta lenta y desajustada a las características económicas de la disputa suscitada.

Además, resulta especialmente oneroso en coste, tiempo y previsibilidad el caso de litigios transfronterizos, en los que se suscita la triple cuestión de la competencia judicial internacional, de la ley aplicable al fondo de la disputa y de la eficacia extraterritorial de la eventual decisión dictada (Palao Moreno, 2020, pp. 630-632). A ello se unen las cuestiones tradicionales de la falta de claridad sobre la ley aplicable, incluso en entornos integrados como la Unión Europea (Basedow, 2021, p.516), los problemas lingüísticos, o la ausencia de conciencia de los consumidores sobre donde plantear una posible demanda. Amén de las dificultades y costos de ejecutar la eventual resolución dictada.

La encuesta del eurobarómetro de 2004 sobre acceso de los ciudadanos a la justicia apuntaba la disponibilidad de tan solo un 18% de los consumidores europeos a acudir a los tribunales estatales por reclamaciones entre 100 y 500 euros. A esto se le añade que, solo un 11%, lo haría para reclamaciones entre 100 y 200 euros. Lo que pone de manifiesto la desproporción entre el valor de lo adquirido y el coste de acudir a un órgano jurisdiccional como elemento determinante para esta negativa actitud (Barral Viñals, 2010, p.1). Costes procesales que, porcentualmente, resultan mucho más elevados que los costes del procedimiento en general (Catalán Chamorro, 2018, p.335).

En el apartado siguiente, veremos cómo los mecanismos alternativos o adecuados de resolución de controversias favorecen las anteriores problemáticas. Estos mecanismos se aplican tanto de manera presencial como en línea. El arbitraje, en esencia, es el mecanismo más habitual; la mediación, por su parte es menos usual, pero aporta grandes posibilidades en este y otros ámbitos (Morugán Escobedo, 2019, p.1).

La situación de la UE es, en este sentido, paradigmática, ya que reproduce las diversas fases que ha sufrido el desarrollo del derecho de acceso a la justicia en el ámbito del consumo (Catalán Chamorro, 2018, p.326). En su seno, por ejemplo, el volumen de textos que articulan vías de acceso a los tribunales estatales en el ámbito del consumo transfronterizo es amplio y relevante. Así, se cuenta con, al menos, con tres instrumentos europeos relevantes:

1. El Reglamento 861/2007 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de julio de 2007, por el que se establece un proceso europeo de escasa cuantía;
2. El Reglamento 1896/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, por el que se establece un proceso monitorio europeo y.

3. Los artículos 17 a 19, y el resto de preceptos dedicados al reconocimiento y ejecución de las eventuales resoluciones judiciales dictadas en el Reglamento 1215/2012 del Parlamento y del Consejo de 12 de diciembre de 2012 relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil.

Pero el legislador europeo es consciente de las limitaciones que acompañan la vía judicial a la hora de resolver las controversias de consumo transfronterizas que, precisamente por esa condición internacional, presentan ese apuntado grado adicional de complejidad. Ello coadyuva a la exploración de vías alternativas o complementarias a la justicia estatal como forma de resolver las disputas de consumo en el seno de la Unión. Con lo que se consolida, también en este ámbito, el cambio en el paradigma de justicia del que habla la mejor doctrina (Barona Villar, 2016, p. 51.).

4.2 Explorando los MASC como forma de resolver las disputas de consumo

Los MASC constituyen mecanismos que resultan especialmente relevantes y necesarios en el ámbito del consumo, máxime cuando cuentan con una dimensión transfronteriza. Estos se han convertido en un tipo de litigios que, como decimos, resultan cada vez más habituales debido a la realidad digital que vivimos, y al fomento sostenido del comercio electrónico que, entre otras consecuencias, ello conlleva.

4.2.1 El supuesto de la Unión Europea

En el caso concreto del viejo continente, los litigios de naturaleza transfronteriza tienden a crecer exponencialmente debido al carácter único y unitario del mercado europeo; esto sin que cuenten, sin embargo, con una condición exclusivamente "europea". Así, en el actual mercado único digital europeo⁹, en el que el 76% de los usuarios de internet adquirieron bienes o servicios en línea en 2022, con un 16% de incremento respecto del año anterior (Amsterdam University of Applied Sciences, 2022). Además, se observa cómo en el 32% de las operaciones se contaba con

⁹ El Reglamento 524/2013 del Parlamento y del Consejo de 21-05-2013 sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo y por el que se modifica el Reglamento 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (DO L 165, de 18-06-2013) entiende por "mercado en línea" a un prestador de servicios de la sociedad de la información, conforme a la definición del artículo 2.b) de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 08-06-2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico) (DO L 178 de 17-07-2000), que permite a los consumidores y comerciantes celebrar contratos de compraventa y de prestación de servicios en línea en el sitio de internet del mercado en línea.

vendedores de otros países europeos, en el 22% los vendedores o proveedores de servicios en de países no europeos y un 13% de origen desconocido (Ibidem).

La apuesta de la Unión Europea en apoyo a los MASC está en plena consonancia con el mandato del artículo 81.2 de Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea que insta al Parlamento Europeo y el Consejo a adoptar medidas «para garantizar: (...) g) el desarrollo de métodos alternativos de resolución de litigios; (...)» (2010). El fomento del uso de esta tipología de medios por parte del legislador europeo viene asociado, además, a una apuesta por los MASC en línea como mecanismos adecuados para facilitar al consumidor la posibilidad de ver salvaguardadas sus expectativas jurídicas y derechos en caso de litigios transfronterizos. Así, frente al arbitraje o a la mediación física, se va a buscar el diseño de mecanismos en línea como forma más accesible y efectiva de acceso a la justicia para los consumidores europeos.

El legislador europeo es plenamente consciente de la relevancia del juego de estos instrumentos en este sector, y su actuación fomentándolos ha sido amplia y constante. La primera manifestación efectiva de la UE en este sentido se produce con el Libro Verde de la Comisión sobre el acceso de los consumidores a la justicia y solución de litigios de consumo en el mercado único, del 16 de noviembre de 1993. Al que seguirá el Plan de Acción sobre el acceso de los consumidores a la justicia y la solución de litigios en materia de consumo en el Mercado interior, de 1996.

Será en 2001 cuando se apruebe la Recomendación de la Comisión 2001/310/CE, relativa a los principios aplicables a los órganos extrajudiciales de resolución consensual de litigios en materia de consumo (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001), y que reafirma la apuesta por la imparcialidad, transparencia, equidad, gratuidad y eficacia del procedimiento.

A ella le siguieron un conjunto de instrumentos diversos y sobre los que se asienta en el entramado vigente como son:

1. La Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo y por la que se modifica el Reglamento 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE, más conocida como Directiva RAL;
2. El Reglamento 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013, sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo y por el que se modifica el Reglamento 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE, denominado como Reglamento RLL o,
3. El Reglamento de Ejecución 2015/1051 de la Comisión, de 1 de julio de 2015, sobre las modalidades para el ejercicio de las funciones de la plataforma de resolución de litigios en línea, sobre las modalidades del impreso electrónico de reclamación y sobre las modalidades de

cooperación entre los puntos de contacto previstos en el Reglamento 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo.

La apuesta por las ODR en el ámbito del consumo, reflejo de una aparente cuarta ola de acceso a la justicia (Catalán Chamorro, 2018, p. 345), queda plasmada en la plataforma europea de resolución de litigios en línea desarrollada al amparo del mencionado Reglamento 524/2013. La plataforma viene referida a los conflictos con carácter transfronterizo que se hayan producido en el marco del comercio electrónico, y, con todas sus limitaciones y fallos, cabe considerar como el aporte más relevante y original de los últimos años en este sector. No abarca, por lo tanto, las operaciones de consumo “tradicionales” realizadas en forma presencial, a las que sí se aplican la Directiva 2013/11/UE (Valbuena González, 2015, p.1005).

El sistema, señala el artículo 2.1 del Reglamento 524/2013, tiene como objeto la resolución extrajudicial de litigios relativos a obligaciones contractuales derivadas de contratos de compraventa, o de prestación de servicios, celebrados en línea entre un consumidor —entendido en el sentido del artículo 4.1.a) de la Directiva 2013/11/UE¹⁰— residente en la Unión, y un comerciante —tal como viene definido en el artículo 4.1.b) de esta misma Directiva¹¹— establecido en la Unión, mediante la intervención de una entidad de resolución alternativa, incluida en la lista con arreglo al artículo 20, apartado 2, de la Directiva 2013/11/UE, en la que intervenga una plataforma de resolución de litigios en línea.

Igualmente, añaden los numerales 2 y 4 del artículo 2 del Reglamento, el sistema es susceptible de aplicarse para resolver los litigios iniciados por un comerciante frente a un consumidor, en la medida en que la legislación del Estado miembro en el que resida el consumidor admita que tales litigios se resuelvan a través de la intervención de una entidad de resolución alternativa de conflictos.

Su finalidad es, tal como precisa el artículo 1 del Reglamento 524/2013, contribuir, a través de la consecución de un elevado nivel de protección del consumidor, al correcto funcionamiento del mercado interior, en particular de su dimensión digital, proporcionando una plataforma europea de resolución de litigios en línea que tenga por objeto la resolución extrajudicial de litigios «entre consumidores y comerciantes en línea de forma independiente, imparcial, transparente, eficaz y equitativa» (Barral Viñals, 2015, p.8). Se trata, en suma, de fomentar lo que gráficamente se ha denominado como la *e-confidence*, doble fundamento para

10 Esto es, «toda persona física que actúe con fines ajenos a sus actividades comerciales o empresariales, a su oficio o a su profesión».

11 «toda persona física, o toda persona jurídica, ya sea privada o pública, que actúe, incluso a través de otra persona que actúe en su nombre o a su cargo, con fines relacionados con sus actividades comerciales o empresariales, su oficio o su profesión».

el fomento del comercio electrónico y para la salvaguarda efectiva de los derechos de los consumidores.

Como avanza el artículo 5.2 del Reglamento 524/2013, estamos ante una ventanilla única para los consumidores y comerciantes que deseen resolver extrajudicialmente los litigios incluidos en el ámbito de aplicación del Reglamento. Un sitio de internet interactivo al que se puede acceder de forma electrónica y gratuita en todas las lenguas oficiales de la Unión; y que facilita un formulario electrónico de reclamación que la parte reclamante pueda rellenar, de conformidad con el artículo 8 del propio Reglamento, informando de la reclamación a la parte reclamada, y determinando la entidad o entidades de resolución alternativa competentes. Así como transmitiendo la reclamación a la entidad de resolución alternativa que las partes hayan acordado utilizar, al amparo del artículo 9 del Reglamento.

A su vez, la plataforma ofrece gratuitamente un sistema electrónico de tramitación de asuntos que permite a las partes, y a la entidad de resolución alternativa, tramitar en línea el procedimiento de resolución de litigios, proporcionándoles la traducción de la información que sea necesaria para la resolución del litigio, y que se intercambie a través de la plataforma. Oferta, además, un sistema de comentarios que facilita a las partes expresar su opinión sobre el funcionamiento de la plataforma, y sobre la entidad de resolución alternativa que haya conocido de su litigio.

El sistema articulado a través de estos instrumentos se asienta sobre un conjunto de principios explícitos o implícitos, como son los de independencia, imparcialidad, transparencia, eficacia y equidad. A ellos se unen otros referidos al desarrollo del eventual procedimiento de resolución articulado: voluntariedad, defensa y asesoramiento de las partes, coste y duración del procedimiento —quizás las dos cuestiones clave en relación con la resolución de controversias en el ámbito del consumo— (Pillado González, 2012, pp. 159-160), facilidad de acceso, igualdad y contradicción de las partes e ineficacia para el consumidor de acuerdos previos (Marugán Escobedo, 2019, 135).

En relación específicamente con la siempre debatida naturaleza voluntaria de estos instrumentos en el ámbito del consumo, resulta especialmente interesante la Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea del 14 de junio de 2017, en el asunto C-75/16, *Menini and Rampanelli*, que —en relación con el uso de la mediación en este ámbito— señala la necesidad de interpretar la apuntada Directiva 2013/11/UE en el sentido de no oponerse a una normativa nacional conforme a la cual el recurso a un procedimiento de mediación constituye un requisito de admisibilidad de la demanda judicial relativa a ciertos litigios, en la medida en que tal exigencia no impide que las partes ejerzan su derecho de acceso al sistema judicial. Considerando, al contrario, que sí se opone a una normativa que establece que en el marco de tal mediación los consumidores deben ser asistidos por un abogado, y que únicamente pueden retirarse de un procedimiento

de mediación si demuestran que existe una causa justa que sustente su decisión (Marugán Escobedo, 2019, p.154-155).

En la práctica, la Plataforma es un canal de transmisión de las reclamaciones a la entidad designada, que será la encargada de fijar el procedimiento, rigiéndose por las normas en la materia del Estado miembro en que radique la entidad. La mencionada ventanilla única sobre la que se articula la plataforma se encuentra accesible en el enlace: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home2.show&lng=ES> En ella aparecen diversas pestañas: "Página principal", "Inicie su caso", "Cómo funciona", "Derechos del consumidor", "Organismos de resolución de litigios", "Sección de las empresas" y "Ayuda"¹².

La plataforma no parece haber alcanzado todo el éxito aventurado, pues hasta el momento se ha probado insuficiente para ofrecer a los consumidores europeos una solución rápida, efectiva, segura y accesible para resolver sus disputas de consumo, especialmente las de naturaleza transfronteriza. Junto a los problemas planteados por su funcionalidad y por la información ofrecida sobre su existencia, que quizás no ha sido todo lo directa y abundante que debía, tampoco le ayuda el hecho de dejar fuera de su ámbito las operaciones que no se realizan en formato electrónico, lo que genera una "innecesaria" disparidad de regímenes jurídicos (Valbuena González, 2015, p.1005).

En todo caso, cualquier apuesta por este tipo de mecanismos pasa, entre otras medidas (admitiendo que estamos ante herramientas de aplicación voluntaria), por identificar con claridad al proveedor de servicios MASC y establecer claras exigencias de verificación, como hacen, por ejemplo, los artículos 5 a 7 de la Ley 7/2017, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo. que exige la especificación de su lugar de establecimiento, de sus estatutos y de su competencia y ámbito territorial de los litigios en que intervengan, especificando sus competencias y estableciendo un punto único de presentación de las posibles reclamaciones.

A la espera de la futura consolidación de sistemas de negociación automática que superen el recurso al arbitraje o a la mediación en línea (Barral Viñals, 2010, p.10), el actual modelo, o cualquiera que se diseñe, debería facilitar al máximo la presentación de las eventuales reclamaciones, tanto presenciales como en línea, sobre todo si el consumidor —en un intento adicional de no agrandar la brecha digital— no está habituado a las herramientas informáticas.

Toda la información tendría, además, que ser redactada de forma clara. En el caso concreto de las disputas de consumo, se debería asegurar que todo el proceso fuera en el idioma del consumidor. Todo ello, intentando proteger al máximo al

¹² Un análisis en profundidad de la plataforma y de su funcionamiento se encuentra en Valbuena González (2015).

consumidor vulnerable y ofreciéndole herramientas para la autoevaluación de su caso (Voet et al., 2022, p.2). De nada sirve establecer un alto grado de protección al consumidor si, posteriormente, éste no puede ver satisfechas sus expectativas en supuestos de disputas de consumo. No debemos olvidar que la actual realidad digital acentúa este peligro, a la vez que pone de manifiesto la exigencia de ofrecer al ciudadano consumidor medios adecuados, accesibles, sencillos y efectivos para resolver sus disputas.

4.2.2 Colombia y otras realidades

Pero hay mucho mundo más allá de la Unión Europea, y lo cierto es que no sólo ella favorece el recurso a esta tipología de mecanismos de ODR para resolver las disputas de consumo. La apuesta por los MASC en línea como medios para resolver disputas de consumo se observa en otros países del mundo. Colombia es un ejemplo de ello. La Superintendencia de Industria y Comercio ha puesto en práctica el sistema SIC Facilita, una «herramienta gratuita de resolución de conflictos» (Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia [SIC], 2018), en la que la SIC actúa como facilitadora entre consumidores y proveedores, buscando negociar acuerdos amigables frente a litigios en materia de consumo.

Como la propia Superintendencia señala, se trata de «un espacio virtual en tiempo real, para facilitar soluciones en un tiempo considerablemente menor y sin la necesidad de adelantar un proceso de demanda o denuncia al interior de la SIC» (Ibidem). Los consumidores y proveedores registrados en el sistema se reúnen a través de un *chat* dirigido por la SIC en el que intentan resolver las disputas surgidas en su relación de consumo: «(garantías, promociones y ofertas, publicidad engañosa, ventas a distancia, servicios de telecomunicaciones, suplantación de identidad y reportes a centrales de riesgo)» (Ibidem).

Este sistema comenzó con 754 reclamaciones en 2015, pasando a 13.358 en 2016, 15.190 en 2017, y a 19156 sólo en el primer trimestre de 2021. La duración del proceso es de 15 hábiles como media (SIC, 2018). Con casi la mitad de las reclamaciones interpuestas en 2018 en Bogotá, y un 15% en Antioquia.

La implementación de este tipo de sistemas ha crecido, igualmente, en el plano internacional. Por ejemplo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) también ha apostado por este tipo de mecanismos en su *OECD Recommendation on Consumer Dispute Resolution and Redress* de 2007, en la que en relación con los litigios transfronterizos se insta a los Estados a ofrecer a los consumidores información clara sobre sus derechos, sobre las vías judiciales y extrajudiciales disponibles de resolver sus disputas y sobre las complejidades adicionales que implica el ser un consumidor “extranjero”. En tal sentido, con más o menos éxito, se insta a fomentar el uso de medios tecnológicos en este campo (OECD, 2022).

Existen, a su vez, otros organismos de carácter privado que intentan aportar seguridad y certeza a esta nueva realidad. Así, junto al *National Center for Technology & Dispute Resolution* (NCTDR), el denominado *International Council for Online Dispute Resolution* fija un conjunto de estándares sobre las características y exigencias que han de acompañar a cualquier plataforma de resolución de disputas en línea: accesibilidad, responsabilidad, competencia, confidencialidad, igualdad, imparcialidad, legalidad, seguridad y transparencia.

CONCLUSIÓN

Pocos ámbitos han contado con un desarrollo y reconocimiento tan amplio y rápido como el derecho del consumo. En apenas seis décadas, las que van desde el discurso del presidente Kennedy hasta la actualidad, esta rama del derecho se ha consolidado como una de las más dinámicas y cercanas al ciudadano. En el momento actual, sin embargo, esta rama afronta, como otras muchas ramas de la ciencia jurídica, un conjunto de retos novedosos que van a marcar su futuro mediato.

Al compás del incremento del consumo y del cambio en los hábitos del consumidor, el Derecho del consumo afronta, entre otros, la problemática de su engarce con los objetivos de desarrollo sostenible. La necesidad de acompasar la actuación de los consumidores a la necesaria toma de conciencia en torno a la crisis climática y la limitación de los recursos naturales choca de frente con la consolidación de un consumo en masa en un mundo cada vez más interconectado; todo ello plantea la consecuente necesidad de combinar la protección del planeta con las expectativas y derechos del consumidor.

Este aumento constante en las operaciones de consumo que, cada vez más se desarrollan en forma electrónica, genera un incremento notable de los litigios en este sector. Litigios —en muchas ocasiones— internacionales, cuya naturaleza, sin embargo, el propio consumidor desconoce. La necesidad de ofrecer al ciudadano consumidor vías accesibles y efectivas para resolver sus disputas de consumo plantea la necesidad de recurrir a distintos mecanismos de resolución alternativa o complementaria de disputas, dadas las limitaciones que el recurso a los tribunales estatales plantea, máxime en los casos de litigios transfronterizos.

Los distintos legisladores nacionales e internacionales son crecientemente conscientes de este hecho favoreciendo el recurso a estos medios y buscando, además, su uso en línea. Una posibilidad que ya existe y que, previsiblemente, verá aumentado su utilización exitosa en los próximos años. Habrá que ver si los distintos legisladores nacionales son capaces, también, de aportar nuevas respuestas.

TRABAJOS CITADOS

Amanatidis, G; & Lipcaneanu, N. (2013). El consumo y la producción sostenible, Parlamento Europeo. https://www.europarl.europa.eu/erpl-app-public/factsheets/pdf/es/FTU_2.5.7.pdf

Amsterdam University of Applied Sciences – CMIHva Centre for Market Insights. (2022). European E-Commerce Report 2022, light version, Ecommerce Europe.

Ari, I; & Yikmaz, R.F. (2020). Greening of Industry in a Resource- and Environment-Constrained World. En Acar, S. y Yeldan, E. Handbook of Green Economics, Academic Books.

Asamblea de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (2019). Vías innovadoras para lograr el consumo y la producción sostenibles. Resolución aprobada por la Asamblea de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente el 15 de marzo de 2019, Cuarto período de sesiones, Nairobi. UNEP/EA.4/Res.1 <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/K19/010/45/PDF/K1901045.pdf?OpenElement>

Association of Southeast Asian Nations (ASEAN). (2007). Strategic Action Plan for Consumer Protection (ASAPCP) 2025. <https://asean.org/our-communities/economic-community/competitive-innovative-and-inclusive-economic-region/consumer-protection/>

Barona Vilar, S. (2016). 'Justicia integral' y 'access to justice'. Crisis y evolución del 'paradigma'. En Barona Vilar, S. (Coord.), Mediación, arbitraje y jurisdicción en el actual paradigma de justicia, Thomson Reuters-Civitas.

Barral Viñals, I. (2010). La mediación y el arbitraje de consumo: explorando sistemas de ODR. Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC, (11), p. 1-11

Basedow, J. (2021) EU Private Law. Intersentia.

Carrasco, D. (2023). Radiografía del eCommerce en Colombia: un mercado atractivo para tu internacionalización. En Marketing 4 ecommerce. <https://marketing4ecommerce.net/radiografia-del-ecommerce-en-colombia-un-mercado-atractivo-para-tu-internacionalizacion/>

Catalán Chamorro, M. J. (2018). El derecho fundamental de acceso a la justicia de los consumidores. Estudios de Deusto, 66(2), [https://doi.org/10.18543/ed-66\(2\)-2018pp323-346](https://doi.org/10.18543/ed-66(2)-2018pp323-346)

Constitución Política de Colombia [C.P.]. (1991). https://www.google.com/search?q=constituci%C3%B3n+pol%C3%ADtica+de+colombia&rlz=1C5CHFA_enCO812CO812&oq=constituci%C3%B3n+pol%C3%ADtica+de+colombia&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYO-TINCAEQABiDARixAxiABDIHCAIQABiABDIHCAMQABiABDIHCAQQABiABDIHCAUQABiABDIH-CAYQABiABDIGCAcQRRg80gEINjcwM2owajSoAgCwAgA&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Comisión de las Comunidades Europeas, Unión Europea. (04 de abril de 2001). Recomendación relativa a los principios aplicables a los órganos extrajudiciales de resolución consensual de litigios en materia de consumo. 2001/310/CE). L 109/56 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32001H0310>

TEMAS PROCESALES 39 • 2024-1

Carlos Esplugues Mota / ODR, herramientas en consumo y comercio electrónico

Comisión de la Comunidad Andina. (29 de marzo de 2005). DECISIÓN 608. Normas para la protección y promoción de la libre competencia en la Comunidad Andina. <http://www.sice.oas.org/trade/junac/decisiones/dec608s.asp>

Comisión Europea, Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo. (2020). Nueva Agenda del Consumidor. Reforzar la resiliencia del consumidor para una recuperación sostenible, Bruselas. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0696>

Comisión Europea, Justicia y Consumidores. (2021). European Consumer Summit 2021. <https://prod5.assets-cdn.io/event/6172/assets/8384443344-d383965b22.pdf>

Comisión Europea, Justicia y Consumidores. (2022). Key consumer market trends to observe. Opening plenary European Consumer Summit 2022. Agenda du Consommateur Prochaines Etapes / Consumer Agenda Next steps. <https://prod5.assets-cdn.io/event/7729/assets/8354903119-8fddecb7b9.pdf>

Comisión Europea. (2023). Glossary: Domestic material consumption (DMC). [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Domestic_material_consumption_\(DMC\)](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Domestic_material_consumption_(DMC))

Congreso de la República de Colombia. (12 de octubre de 2011). Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. [LEY 1480 DE 2011]. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

Dreyzin De Klor, A. (2019). El Derecho internacional privado en movimiento: las relaciones de consumo en la arena internacional. En Álvarez González, S; Arenas García, R; & De Miguel Asensio, P.A; Sánchez Lorenzo, S; Stampa Casas, G; & Fernández Rosas, J. C. (Eds.). Relaciones transfronterizas, globalización y derecho. Homenaje al Prof. Dr. José Carlos Fernández Rozas. Thomson Reuters Civitas.

Esplugues Mota, C. (2023). Consumo, Consumidor, Derecho Del Consumo... Nuevos Retos ¿nuevas Respuestas? En Barona Vilar, S; y Barcia Lehman, R. (dirs.). Derecho del consumo y protección del consumidor sustentable en la sociedad digital del siglo XXI, Universidad Autónoma de Chile.

Gómez Ramírez, J.D. (2023). Crecimiento contundente del comercio electrónico en Colombia. En P&M. <https://www.revistapym.com.co/articulos/consumidor/62641/crecimiento-contundente-del-comercio-electronico-en-colombia>

González, L., (2021) "¿Cómo influye la sostenibilidad en los hábitos de consumo?", en Revista InfoRetail Información de retail & consumo del Siglo XXI. <https://www.revistainforetail.com/noticiadet/como-influye-la-sostenibilidad-en-los-habitos-de-consumo/a33311ecf94081bc04c602ea5895ab49>

Grupo del Mercado Común (MERCOSUR). (2020). Defensa del Consumidor, Principios Fundamentales. [MERCOSUR/GMC/RES N° 36/19]. <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resolucion-36-2019-342132/texto>

Hobson, K. (2013). 'Weak' or 'Strong' Sustainable Consumption? Efficiency, Degrowth, and the 10 Year Framework of Programmes. En *Environment and Planning C: Government and Policy*, 31(6). <https://doi.org/10.1068/c122>

Kennedy, J. K. (1962). Consumidores somos todos. <https://studylib.es/doc/4977290/discurso-de-john-f.-kennedy-el-15-de-marzo-de-1962>

Marugán Escobedo, E., (2019). Mediación de consumo: una perspectiva española y europea. *Anuario de la Facultad de Derecho. Universidad de Extremadura*, (35)

Mont, O. (2019). Introduction. En Mont, O. (Ed.). *A Research Agenda for Sustainable Consumption Governance*, Edward Elgar Publishing.

Naciones Unidas. (1992). Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. <https://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/riodeclaration.htm>

Naciones Unidas. (2015). Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>

Naciones Unidas (ONU). (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Naciones Unidas, Medio Ambiente. International Resource Panel. (2019). Panorama de los recursos globales 2019. Recursos naturales para el futuro que queremos. Resumen para los responsables de formular políticas. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/gro-layout-sp-web-lowres.pdf>

Naciones Unidas, Departamento de Asuntos económicos y sociales. (s.f.). Camino hacia el consumo sostenible. <https://www.un.org/es/desa/sustainable-consumption>

Organisation for Economic Co-Operation and Development [OECD]. (2022). Report on the Implementation of the OECD Recommendation on Consumer Protection in E-commerce, OECD. <https://web-archive.oecd.org/2012-06-15/135553-38960101.pdf>

Palao Moreno, G. (2020). Protección del consumidor internacional en tiempos de COVID-19. *Actualidad Jurídica Iberoamericana*. (12bis), pp. 624-633

Parlamento Europeo y Consejo Europeo. (12 de diciembre de 2006). Reglamento 1896/2006. DO L-399, de 30-12-2006.

Parlamento Europeo y Consejo Europeo. (11 de julio de 2007). Reglamento 861/2007. DO L 199, de 31-07-2007.

Parlamento Europeo y Consejo Europeo. (12 de diciembre de 2012). Reglamento 1215/2012. DO L-351, de 20-12-2012.

Parlamento Europeo y Consejo Europeo. (21 de mayo de 2013). Directiva 2013/11/UE. DO L 165

Parlamento Europeo y Consejo Europeo. (21 de mayo de 2013). Reglamento 524/2013

Parlamento Europeo y Consejo Europeo. (01 de julio de 2015). Reglamento de Ejecución 2015/1051. DO L 171.

Pillado González, E. (2012) La mediación en materia de consumo. En Pillado González, E. (dir.). Arbitraje y mediación en materia de consumo, Tecnos.

Rodríguez Días, S. (2012). Consumismo y sociedad: una visión crítica del homo consumens. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 34(2).

Saumier, G.(2021). SDG 12: Sustainable Consumption and Production. En Michaels, R; Ruiz About-Nigm, V; & Van Loon, H. (eds.. *The Private Side of Transforming our World. UN Sustainable Development Goals 2030 and the Role of Private International Law*, intersentia.

Sayas Contreras, R; Arrieta Flórez, R; y Latorre Iglesias, E. (2018). Sistema de protección al consumidor en el marco de un modelo dinámico de gobernanza. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 18(34), 61-74

Statista. (2023). Evolución de la población mundial desde 1950 hasta 2100. <https://es.statista.com/estadisticas/635122/evolucion-de-la-poblacion-mundial/>

The National Center for Technology & Dispute Resolution [NCTDR]. (s.f.). Mission. <https://odr.info/mission/>

Tribunal de Justicia de la Unión Europea. (14 de junio de 2017). Asunto C-75/16, Menini and Rampanelli. ECLI:EU:C:2017:457

Unión Europea (UE). (1993). Libro Verde de la Comisión sobre el acceso de los consumidores a la justicia y solución de litigios de consumo en el mercado único. COM (93) 576 final. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:i32023>

Unión Europea (UE). (1996). Plan de Acción sobre el acceso de los consumidores a la justicia y la solución de litigios en materia de consumo en el Mercado interior Plan de Acción sobre el acceso de los consumidores a la justicia y la solución de litigios en materia de consumo en el mercado interior. COM(96)0013 - C4-0195/96 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:51996IP0355>

Unión Europea (UE). (2010). Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea. D.O. C364/1 https://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_es.pdf

Unión Europea (UE). (2010). Versión Consolidada del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. D.O. C 83/47 <https://www.boe.es/doue/2010/083/Z00047-00199.pdf>

Valbuena González, F. (2015). La plataforma europea de resolución de litigios en línea (ODR) en materia de consumo. *Revista de Derecho Comunitario Europea*, (52), <https://doi.org/10.18042/cepc/rdce.52.05>

Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia [SIC]. (2018). La herramienta 'Sic Facilita' celebra dos años solucionando la vida de consumidores y proveedores. <https://www.sic.gov.co/noticias/la-herramienta-sic-facilita-celebra-dos-anos-solucionando-la-vida-de-consumidores-y-proveedores>

TEMAS PROCESALES 39 • 2024-1

Carlos Esplugues Mota / ODR, herramientas en consumo y comercio electrónico

UNCTAD, Naciones Unidas [ONU]. (1985). Directrices para la protección del consumidor de 1984. https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf

Voet, S., Caruso, S., D'Agostino, A., Dethier, S. (junio de 2022). Recommendations from academic research regarding future needs of the EU framework of the consumer Alternative Dispute Resolution (ADR). Comisión Europea. https://commission.europa.eu/document/download/75019573-7942-40ef-ac1b-ecce71f8e564_en?filename=executive_summary.pdf&prefLang=el

39 | TEMAS PROCESALES

2024-1



RED

— Proceso y Justicia —

Nuestro número 39 tiene como intención principal dar cuenta de los fenómenos contemporáneos que atraviesan el derecho procesal, donde la justicia digital, los derechos de las personas en condición de vulnerabilidad, el comercio electrónico, e incluso la pregunta por el pluralismo jurídico tiene lugar. A lo largo de este número, nos encontraremos con aportes que nos permitirán entender la forma en la que el derecho procesal se está enfrentando a las dinámicas actuales del mundo digital, los retos que se viven a la hora de hacer realidad la promesa pluralista de la Constitución del 1991, pero también de demostrar cómo el mundo procesal de países como España y Panamá tiene mucho que aportar para el aprendizaje en nuestro país.