



**Vulnerabilidad del Consumidor en el Comercio Electrónico Transfronterizo: Un
Análisis de Territorialidad y Modelos Globales**

Autores

María Alejandra Candela Acero y Wilmer Esneider Gómez Morales

Director

Yira López Castro

Magister en Derecho Corporativo

Facultad de Jurisprudencia

Maestría en Derecho Corporativo

Universidad del Rosario

Bogotá - Colombia

2026

**Vulnerabilidad del Consumidor en el Comercio Electrónico Transfronterizo: Un
Análisis de Territorialidad y Modelos Globales**

***Consumer Vulnerability in Cross-Border E-Commerce: An Analysis of Territoriality
and Global Models***

María Alejandra Candela Acero y Wilmer Esneider Gómez Morales

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I. INTRODUCCIÓN

- 1.1. Pregunta de investigación y justificación
- 1.2. Metodología

**II. EL PRINCIPIO DE TERRITORIALIDAD EN EL ESTATUTO DEL CONSUMIDOR
COLOMBIANO**

- 2.1. Marco constitucional y legal
- 2.2. Justificación del legislador
- 2.3. Posición de la SIC
- 2.4. Consecuencias prácticas de la limitación territorial
- 2.5. Crecimiento del comercio electrónico transfronterizo en Colombia: datos y
tendencias

**III. EXCEPCIONES A LA TERRITORIALIDAD EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO
COLOMBIANO**

- 3.1. Protección de datos personales: Ley 1581 de 2012
- 3.2. Derechos fundamentales en redes sociales: Sentencia T-256 de 2025

IV. LA REINGENIERÍA LOGÍSTICA Y EL VACÍO LEGAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO

4.1. La Teoría de la Separación de Flujos

V. ANÁLISIS DE DERECHO COMPARADO

5.1. Estados Unidos: La Batalla por la Definición de "Vendedor"

5.1.1. La Doctrina del Control (Modelo California)

5.1.2. La Doctrina del Título (Modelo Texas y Ohio)

5.2. Unión Europea: La Solución Estructural del "Operador Económico"

5.3. Canadá: Enfoque Colaborativo y Vigilancia Fronteriza

5.4. Colombia: Estado Actual de la Regulación

VI. ANÁLISIS CRÍTICO: ¿ES SOSTENIBLE LA TERRITORIALIDAD ABSOLUTA EN DERECHO DEL CONSUMO?

VII. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS

Resumen

Este artículo inicialmente analiza la desprotección legal de los consumidores colombianos en el comercio electrónico transfronterizo y se centra en la efectividad de las garantías de los productos vendidos por distribuidores sin sede o domicilio en Colombia. Se considera la limitación del principio de territorialidad en la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor) y cómo este principio ha sido flexibilizado en otras áreas del derecho colombiano; por ejemplo, la protección de datos personales (Ley 1581 de 2012) y derechos fundamentales en redes sociales (Sentencia T-256 de 2025). Los estudios teóricos, jurisprudenciales y empíricos sobre el desarrollo del comercio electrónico transfronterizo en Colombia han apoyado el llamado a una reforma legislativa para la protección efectiva de los derechos de los consumidores colombianos en una economía globalizada. Otra parte de esta investigación mencionará las alternativas basadas en derecho comparado.

La metodología utilizada es de naturaleza cualitativa y se lleva a cabo mediante análisis documental de fuentes normativas, jurisprudenciales y doctrinales, y una investigación cuantitativa de las tendencias del comercio electrónico en Colombia. Estos estudios identifican una inconsistencia sistémica en el ordenamiento jurídico colombiano que protegen datos personales y derechos fundamentales de manera extraterritorial, pero mantiene una territorialidad absoluta en protección al consumidor. Se concluye que es constitucionalmente admisible y necesario flexibilizar el principio de territorialidad en el derecho del consumidor, siguiendo algunos precedentes de otras áreas del derecho.

Palabras clave: comercio electrónico transfronterizo, protección al consumidor, garantía legal, territorialidad regulatoria, extraterritorialidad, derecho del consumidor.

Abstract

This article initially examines the legal vulnerability of Colombian consumers in cross-border e-commerce and focuses on the effectiveness of product warranties for goods sold by distributors without a registered office or domicile in Colombia. It considers the limitation of the territoriality principle under Law 1480 of 2011 (Consumer Protection Statute) and how this principle has been relaxed in other areas of Colombian law—for example, personal data protection (Law 1581 of 2012) and fundamental rights on social networks (Ruling T-256 of 2025). Theoretical, jurisprudential, and empirical studies on the development of cross-border e-commerce in Colombia have supported calls for legislative reform to ensure the effective

protection of Colombian consumers' rights in a globalized economy. Another part of this research addresses alternative solutions based on international cooperation and comparative law.

The methodology used is qualitative in nature and is carried out through documentary analysis of legal, jurisprudential, and doctrinal sources, as well as a quantitative study of e-commerce trends in Colombia. These studies identify a systemic inconsistency in the Colombian legal framework, which protects personal data and fundamental rights extraterritorially while maintaining absolute territoriality in consumer protection. The article concludes that it is both constitutionally admissible and necessary to make the principle of territoriality more flexible within consumer law, following precedents established in other legal areas.

Keywords: cross-border e-commerce, consumer protection, legal warranty, regulatory territoriality, extraterritoriality, consumer law.

I. INTRODUCCIÓN

El comercio electrónico ha revolucionado los patrones de consumo a nivel global, experimentando una aceleración exponencial en Colombia durante y después de la pandemia de COVID-19. Este fenómeno ha consolidado los entornos digitales como canales accesibles y preferentes para la adquisición de bienes y servicios. Sin embargo, este vertiginoso crecimiento ha dejado al descubierto una tensión jurídica fundamental: el marco legislativo vigente resulta estructuralmente insuficiente para proteger de manera adecuada a los consumidores colombianos que participan en el comercio electrónico transfronterizo. Si bien el Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011) establece un régimen robusto de protección en materias de información, publicidad, garantías y derecho de retracto, su eficacia se ve limitada por un estricto criterio de territorialidad. En particular, el artículo 50 de dicha norma restringe su aplicación a productores y proveedores domiciliados en Colombia, lo que genera un estado de vulnerabilidad para el ciudadano que adquiere productos a través de plataformas internacionales sin representación en el país, tales como Amazon, Temu, eBay, AliExpress, Shein, Wish o Etsy, entre otras.

Esta limitación adquiere una relevancia crítica cuando el consumidor intenta hacer valer mecanismos esenciales de protección integral -incluyendo la efectividad de la garantía legal o el derecho al retracto- frente a un distribuidor extranjero. En estos escenarios, la postura de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) ha sido consistente al señalar que, cuando la relación de consumo desborda el ámbito nacional, la entidad carece de competencia territorial para iniciar investigaciones administrativas, tramitar quejas o imponer sanciones. Operativamente, esto se traduce en una declaración de falta de competencia que deja al consumidor sin medios efectivos de defensa legal, profundizando la asimetría entre las partes y contraviniendo el mandato constitucional de protección especial al sujeto débil de la relación mercantil. Ante este panorama, el presente artículo constituye una investigación integral sobre la protección al consumidor en el comercio electrónico transfronterizo, estructurada en dos grandes ejes temáticos.

En la primera parte, se analiza el problema desde una perspectiva constitucional y normativa, cuestionando si la territorialidad debe mantenerse como un principio absoluto o si, por el contrario, requiere de una flexibilización adaptada a la realidad global. Para ello, se examina la evolución de este criterio en áreas como la protección de datos personales (Ley 1581 de 2012) y la tutela de derechos fundamentales en entornos digitales (Sentencia T-256 de 2025), identificando precedentes aplicables al derecho del consumo.

En la segunda parte, el estudio profundiza en la arquitectura operativa de las plataformas - a través de la teoría de la separación de flujos- y en un análisis de derecho comparado que abarca las respuestas regulatorias de la Unión Europea, Estados Unidos y Canadá. Este examen detallado permite fundamentar los criterios técnicos y conceptuales indispensables para una necesaria actualización normativa y el fortalecimiento de la cooperación internacional, orientados a superar el déficit de protección y ejecutabilidad que afecta actualmente al ordenamiento colombiano.

1.1. Pregunta de investigación y justificación

La pregunta de investigación es: ¿Resulta constitucionalmente admisible y jurídicamente necesario flexibilizar el principio de territorialidad en la Ley 1480 de 2011 para garantizar protección efectiva a consumidores colombianos en el comercio electrónico transfronterizo, siguiendo los precedentes establecidos en protección de datos personales y derechos fundamentales en plataformas digitales?

La razón de esta investigación se basa en numerosos fundamentos; Primero, la rápida expansión del comercio electrónico transfronterizo en Colombia: según datos de la CCCE (2023) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT, 2023), las compras internacionales en línea crecieron del 28% del total de la actividad de comercio electrónico en 2019 al 35% en 2022, y se proyecta que alcancen el 40% en 2025, representando aproximadamente 27 billones de pesos. Este crecimiento contrasta marcadamente con la falta de mecanismos efectivos de protección legal.

Segundo, el sistema legal colombiano es inconsistente, pues en protección de datos individuales aplica la extraterritorial, como se estipula en la Ley 1581 de 2012, así como en la protección de los derechos fundamentales de los ciudadanos contra plataformas extranjeras (Sentencia T-256 de 2025); sin embargo, en protección del consumidor es completamente territorial, resultando en una desigualdad injusta entre los colombianos dependiendo del área en la que ocurra la vulneración de sus derechos.

Tercero, el tamaño del problema; Entre enero y agosto de 2024, la SIC en cumplimiento de sus funciones administrativas recibió un total de 1.612 denuncias relacionadas con comercio electrónico, sobre la cuales surgieron 406 averiguaciones preliminares en curso y 41 sanciones impuestas por esta entidad, todo de conformidad con el Informe de resultados de la gestión en materia de Protección al Consumidor (2024, p. 9). Entre las quejas se encontraban, fallas en el producto o baja calidad, incumplimiento de garantías e incentivos u ofertas prometidas, y controversias relacionadas con la financiación de compras; no obstante, esto solo representa una fracción de la realidad, toda vez que muchos consumidores no presentan quejas al considerar que no tienen mecanismos efectivos de protección o la cuantía de la reclamación no lo amerita.

Cuarto, la necesidad de reorientar el marco regulatorio a la realidad del siglo XXI en el que las fronteras territoriales son solo restricciones a los derechos políticos, no a las transacciones comerciales, lo que lleva al desarrollo de asimetrías arbitrarias que violan la obligación constitucional de protección al consumidor (Artículo 78 C.P.) e igualdad material (Artículo 13 C.P.).

1.2. Metodología

El método de esta investigación incluye una metodología cualitativa documental-analítica y un análisis cuantitativo de las tendencias del comercio electrónico. Recolección de datos, estadísticas y sistematización.

Análisis normativo: Se analizaron las disposiciones de la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor), la Ley 1581 de 2012 (Protección de Datos Personales), la Constitución Política de Colombia y los tratados internacionales firmados por Colombia con capítulos de protección al consumidor en el comercio electrónico. El análisis se enfocó en analizar el alcance territorial de cada normatividad y aspectos constitucionales de aplicación extraterritorial donde ésta existe.

Análisis jurisprudencial: Se analizaron sentencias de la Corte Constitucional respecto a la territorialidad normativa, protección al consumidor, protección de datos personales y derechos fundamentales en medios digitales, en particular las Sentencias C-439 de 2019, C-750 de 2008, C-748 de 2011 y T-256 de 2025. Finalmente, revisamos algunos conceptos de la SIC con respecto al comercio electrónico transfronterizo y la aplicabilidad territorial del Estatuto del Consumidor y la línea doctrinal de la autoridad administrativa, mediante respuesta a derecho de petición que presentamos ante esta entidad.

Análisis doctrinal: Se revisó literatura especializada sobre derecho del consumidor, comercio electrónico y derecho internacional privado, incluyendo obras de Villalba Cuéllar (2017), Remolina Angarita y Flórez Rojas (2013), y Carmen Valderrama (2013), publicaciones de la SIC y documentos de organizaciones internacionales como UNCITRAL, ICPEN y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Se presentó derecho de petición ante la SIC con múltiples solicitudes encaminadas a obtener respuesta sobre el tratamiento que han dado a quejas de productos adquiridos en el e-commerce transfronterizo, posibles soluciones y aplicabilidad del estatuto del consumidor sobre las mismas.

Análisis de datos cuantitativos: Con datos hasta octubre de 2023: Se recopilaron y reportaron estadísticas basadas en la CCCE (2023), MinCIT (2023) y SIC (2024) respecto al desarrollo del comercio electrónico en Colombia, así como el porcentaje de transacciones transfronterizas, plataformas más utilizadas regularmente, verticales con el desarrollo más rápido y problemas reportados.

Estos datos ayudaron a dimensionar el tamaño del problema y su futuro pronosticado. Las hipótesis se probaron utilizando; i). comparación sistemática entre régimen de protección al consumidor versus protección de datos personales y derechos fundamentales en plataformas digitales, identificando similitudes estructurales y diferencias de tratamiento legal injustificadas; ii). consistencia constitucional, comparando la territorialidad absoluta del derecho del consumidor con una protección efectiva bajo el Artículo 78 C.P. e igualdad material bajo el Artículo 13 C.P., y; (iii) evaluación de la posibilidad de mecanismos de aplicación extraterritorial con referencia a precedentes nacionales e internacionales sobre esta nota.

II. EL PRINCIPIO DE TERRITORIALIDAD EN EL ESTATUTO DEL CONSUMIDOR COLOMBIANO

2.1. Marco constitucional y legal

El principio de territorialidad es una de las doctrinas básicas para la soberanía estatal. El Artículo 4 de la Constitución Política establece que; "Es deber de los nacionales y de los extranjeros en Colombia acatar la Constitución y las leyes, y respetar y obedecer a las autoridades." (Constitución Política de Colombia, 1991, art. 4), lo que esencialmente consagra la aplicación territorial de las normas colombianas.

En términos de protección al consumidor, la Ley 1480 de 2011 se aplica exclusivamente a "los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional" (Ley 1480 de 2011, art. 50). La jurisprudencia constitucional ha ratificado consistentemente esta limitación territorial. En la Sentencia C-439 de 2019, la Corte Constitucional afirmó "el principio de territorialidad de la Ley es consustancial a la soberanía de los Estados en su territorio, la cual los habilita para expedir normas y hacerlas cumplir dentro de sus fronteras" (Corte Constitucional de Colombia, 2019, Sentencia C-439, p. 7).

La sentencia también señaló que las normas de la Ley 1480 de 2011 "no pueden ser aplicadas a sociedades extranjeras que no tengan sucursal ni representación en Colombia, salvo que así se acuerde por las partes o que existan tratados internacionales, mediante los cuales se homologuen sus normas, bajo el principio de reciprocidad" (Corte Constitucional de Colombia, 2019, Sentencia C-439, p. 8).

2.2. Justificación del legislador

Al examinar la constitucionalidad del Artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, la Corte Constitucional a través del Min.Comercio señaló que resulta "lógica la imposición de tal responsabilidad únicamente a dichos proveedores, en razón a que es imposible al Legislador atribuir responsabilidades a sociedades que actúan desde otras jurisdicciones y bajo otras condiciones" (Corte Constitucional de Colombia, 2019, Sentencia C-439, p. 8).

Esta lógica sigue una serie de principios que son fundamentales en el derecho internacional público, como la soberanía territorial, la cual sostiene que el poder de regulación y coerción solo puede ejercerse dentro de las fronteras de cada Estado; es así como imponer obligaciones a empresas extranjeras sin presencia en Colombia podría generar conflictos de jurisdicción y vulnerar la soberanía de otros Estados.

2.3. Posición de la SIC

En respuesta recibida a derecho de petición presentado en agosto de 2025 a la Superintendencia de Industria y Comercio, indican expresamente que la desprotección de los consumidores colombianos en el comercio electrónico transfronterizo es innegable, ya que el principio de territorialidad prohíbe a esta autoridad ejercer jurisdicción sobre proveedores ubicados fuera de nuestro territorio.

La SIC fundamenta esta posición en la soberanía estatal misma, citando el Artículo 18 del Código Civil, que reconoce y establece explícitamente que el estado legisla sobre su territorio; sin embargo, esta respuesta comprueba la contradicción que motivó este artículo; aunque el ordenamiento jurídico colombiano ya ha mostrado flexibilidad en términos del principio de territorialidad cuando considera que los derechos fundamentales están de por medio.

La cuestión no solo es preguntarse si es posible flexibilizar el principio de territorialidad, porque la práctica legislativa y jurisprudencial lo han permitido en algunos casos que veremos más adelante, sino por qué razón no se hace en derecho de protección al consumidor, cuando los consumidores colombianos están expuestos a prácticas abusivas, productos defectuosos y fraudes que el Estado tiene el deber constitucional de evitar.

La SIC recomienda que los consumidores colombianos participen en programas de cooperación internacional, en particular la Red ICPEN y el portal econsumer.gov para

expresar sus quejas contra proveedores extranjeros. Estas son, por supuesto, herramientas útiles y oportunas, pero no pueden ser la única vía a un problema de desprotección. Un consumidor colombiano que compra un producto defectuoso de un proveedor chino o estadounidense necesita garantías tangibles y ejecutables dentro del marco legal nacional, no solo el deseo de que mecanismos alternativos como; Online Dispute Resolution ODR y organizaciones de cooperación internacional atiendan su reclamo.

Los mecanismos de cooperación funcionan como canales de coordinación interinstitucional, pero no poseen la fuerza vinculante necesaria para proporcionar una protección efectiva. No se puede justificar la territorialidad absoluta en el derecho del consumidor sobre la base de la soberanía únicamente, especialmente cuando la misma territorialidad contraviene deberes constitucionales como la protección efectiva del consumidor (Artículo 78 C.P.) o la igualdad de los ciudadanos (Artículo 13 C.P.), incluso cuando el órgano judicial colombiano en la práctica también ha demostrado, en otras áreas, tal adaptabilidad hacia la extraterritorialidad.

2.4. Consecuencias prácticas de la limitación territorial

La aplicación estricta del principio de territorialidad genera consecuencias significativas para los consumidores colombianos, como señalan Remolina Angarita y Flórez Rojas (2013).

El estatuto del consumidor se centra en el escenario local, creando una serie de deberes en cabeza de los fabricante, importadores y distribuidores ubicados en el territorio nacional que ofrecen productos utilizando medios electrónicos, dejando de lado un número sustancial de transacciones comerciales internacionales y transfronterizas en el comercio electrónico, sobre lo cual es poco lo que pueden hacer los Estados para proteger los derechos de los consumidores nacionales cuando son víctimas de prácticas desleales, engañosas o fraudulentas. (pp. 369-370)

Esta condición se manifiesta en que las autoridades colombianas "quedan sin mayores instrumentos efectivos para solucionar conflictos extraterritoriales que suceden en la red y sobre cuyos responsables no son competentes para juzgar" (SIC, 2017, Concepto 17075009, p. 3).

En términos prácticos, hay desafíos desalentadores que enfrentan los consumidores colombianos por un producto defectuoso de un proveedor extranjero sin representación en Colombia. Enfrenta barreras como; i). no poder acudir a la SIC porque no tiene competencia para investigar o sancionar a proveedores extranjeros; ii). el derecho de retracto es ineficaz porque, aunque la ley colombiana reconoce las ventas a distancia y por medios no tradicionales, su ejercicio depende de la voluntad del distribuidor extranjero; iii). costos excesivos de litigio, dado que demandar a una empresa extranjera en su jurisdicción implica costos que generalmente superan el valor del producto adquirido, y; iv). asimetría de información, ya que los consumidores desconocen frecuentemente que al comprar a proveedores extranjeros pierden la protección del Estatuto del Consumidor, incluso muchos no identifican cuando se encuentra frente a una transacción internacional.

2.5. Crecimiento del comercio electrónico transfronterizo en Colombia: datos y tendencias

El informe de la CCCE (2023) señala que el crecimiento del comercio electrónico en Colombia ha sido fuerte y acelerado. Durante el periodo 2019-2023, el sector registró las siguientes tendencias: en 2019 las ventas alcanzaron \$29.5 billones de pesos; en 2020 se registró un incremento del 53% respecto al año anterior (efecto pandemia); en 2021 el crecimiento fue del 40.8% interanual; en 2022 las ventas alcanzaron \$55.2 billones de pesos; y para 2023 la proyección fue de \$58.7 billones de pesos.

Es particularmente relevante para este análisis el crecimiento del comercio electrónico transfronterizo; según datos de la CCCE (2023) y el MinCIT (2023), en 2019 aproximadamente el 28% de las compras en línea de colombianos correspondían a productos provenientes del exterior. Para 2022, esta cifra aumentó al 35%, representando compras por más de \$17.9 billones de pesos. Los principales países de origen son Estados Unidos (45%), China (30%), España (8%) y otros países de la Unión Europea (12%).

Las plataformas internacionales sin representación legal en Colombia más utilizadas por consumidores colombianos son: Amazon (matriz Estados Unidos) con el 42% de las compras transfronterizas, AliExpress (China) con el 25%, eBay con el 8%, Wish con el 6%, y otras plataformas con el 19% (CCCE, 2023). Los productos más adquiridos mediante comercio electrónico transfronterizo incluyen electrónicos y tecnología (35%), ropa y

accesorios (22%), artículos para el hogar (15%), productos de belleza y cuidado personal (12%), juguetes y artículos deportivos (10%), y otros (6%).

Según Informe de resultados de la gestión en materia de Protección al Consumidor de la SIC (2024, p. 9) entre enero y agosto de 2024 se reportaron 1.612 denuncias relacionadas con comercio electrónico, sobre la cuales surgieron 406 averiguaciones preliminares en curso y 41 sanciones.

Se proyecta que el comercio electrónico transfronterizo crezca exponencialmente. Basado en el segundo trimestre de 2025, el comercio electrónico en Colombia movió \$26,9 billones de pesos, con un crecimiento del 3% interanual (CCCE, 2025). Esta rápida expansión es directamente inconsistente con la ausencia de protección legal, lo que indica que la estructura del mercado y el sistema regulatorio actualmente presentan una diferencia fundamental.

III. EXCEPCIONES A LA TERRITORIALIDAD EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO COLOMBIANO

3.1. Protección de datos personales: Ley 1581 de 2012

Un modelo de la flexibilidad del principio de territorialidad es la Ley 1581 de 2012, que proporciona amplios principios para la protección de datos personales. A diferencia del Estatuto del Consumidor, esta ley contempla expresamente su aplicación a un escenario transfronterizo.

El artículo 2 de la Ley 1581 de 2012 establece su ámbito de aplicación, señalando que se aplica "a los datos personales registrados en cualquier base de datos que los haga susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada", sin limitar expresamente su aplicación al territorio nacional; más importante aún, añade que la ley aplica "al tratamiento de datos personales efectuado en territorio colombiano o cuando al Responsable del Tratamiento o Encargado del Tratamiento no establecido en territorio nacional le sea aplicable la legislación colombiana en virtud de normas y tratados internacionales", independientemente de dónde se encuentre domiciliado el responsable del tratamiento de dichos datos (Ley 1581 de 2012, art. 2).

La Ley 1581 de 2012 regula específicamente las transferencias internacionales de datos personales en su artículo 26, estableciendo condiciones y protecciones para cuando datos de colombianos sean transferidos a países sin niveles adecuados de protección (Ley 1581 de 2012, art. 26). Este régimen regulatorio de transferencias internacionales implica que ninguna empresa extranjera, con domicilio o no en Colombia, está exenta de las obligaciones legales colombianas al procesar los datos de los ciudadanos de Colombia, una excepción significativa al principio de territorialidad.

En cuanto a la constitucionalidad de la Ley 1581 de 2012, la Corte Constitucional observó que el derecho a la protección de datos personales, como un derecho fundamental separado, arraigado en el derecho a la privacidad, puede justificar enfoques de protección que se extiendan más allá de las fronteras territoriales (Corte Constitucional de Colombia, 2011, Sentencia C-748). En este sentido, la Corte indicó que "En un mundo globalizado en el que el flujo transfronterizo de datos es constante, la aplicación extraterritorial de los estándares de protección es indispensable para garantizar la protección adecuada de los datos personales de los residentes en Colombia, pues muchos de los tratamientos, en virtud de las nuevas tecnologías, ocurren precisamente fuera de las fronteras".

3.2. Derechos fundamentales en redes sociales: Sentencia T-256 de 2025

La Sentencia T-256 de 2025 de la Corte Constitucional representa un hito en la flexibilización del principio de territorialidad para la protección de derechos fundamentales en entornos digitales. El caso involucró a una actriz colombiana cuya cuenta en una red social internacional fue suspendida sin que se le garantizara el debido proceso. La empresa demandada, una plataforma de redes sociales sin domicilio en Colombia, argumentó que no estaba sujeta a la jurisdicción colombiana, frente a lo cual, La Corte rechazó este argumento y ordenó medidas de protección concretas (Corte Constitucional de Colombia, 2025, Sentencia T-256).

La Corte Constitucional basó su jurisdicción para la protección de derechos fundamentales contra empresas extranjeras en varios argumentos; Primeramente, el carácter transnacional de internet no puede proporcionar un refugio para infringir los derechos fundamentales. Al respecto la Corte señaló que; "El ámbito de aplicación de la Ley 1581 de 2012 muestra que el principio de territorialidad se puede adaptar al mundo virtual. En efecto,

la ley aplica sobre quien recolecta, usa, almacena o trata datos personales en el territorio colombiano, con independencia de que esté o no domiciliado en Colombia".

En segundo lugar, la Corte invocó el principio de efecto territorial, cuando una empresa presta servicios a usuarios en Colombia, se somete voluntariamente a la jurisdicción colombiana en lo concerniente a esos servicios. La sentencia señaló que "En Colombia, el régimen de protección de datos personales ofrece un ejemplo de cómo el criterio de territorialidad se puede redefinir para incluir asuntos que, aunque pueden no suceder físicamente en el país, sí tienen una conexión relevante con el territorio nacional. De igual forma, (...) el juez constitucional puede ser competente para conocer una disputa cuando la vulneración o amenaza de los derechos fundamentales ocurre en Colombia o, en subsidio, cuando de forma clara produce efectos en el país."

En tercer lugar, la protección de los derechos fundamentales es un interés superior en el cual, el principio de territorialidad debe calificarse como una excepción a los derechos establecidos. Es esta sentencia se concluyó que "La Delegatura para la Protección de Datos de la Superintendencia de Industria y Comercio reafirmó que la ubicación física del proveedor tecnológico no es lo que determina la aplicación de la ley colombiana, y "ni el internet ni la extraterritorialidad pueden ser factores de impunidad ni mucho menos de desconocimiento de derechos humanos". (Expediente digital T-8.764.298, Presentación de Nelson Remolina. Sesión Técnica de 15 de noviembre de 2022, disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=SCPr0_pdjNw").

La Corte encontró que las empresas de plataformas digitales que operan en Colombia, y otras no domiciliadas en el país, deben asegurar el debido proceso de los colombianos, sometiendo su decisión a doble instancia para los usuarios; aplicar algunas medidas punitivas proporcionales; asegurar que las medidas tomadas sean proporcionales a la falta en cuestión; proporcionar explicación sobre dónde y cómo se aplican esas reglas; y así prevenir la discriminación, es decir, no instituir reglas discriminatorias contra los usuarios colombianos.

Esta sentencia también discutió cómo hacer efectivas estas obligaciones frente a empresas extranjeras. La Corte indicó que las plataformas que operan en Colombia y generan ingresos del mercado colombiano están sujetas a la jurisdicción colombiana, el

incumplimiento puede generar bloqueos de acceso en territorio colombiano, y se pueden imponer multas que se ejecuten sobre activos o ingresos generados en Colombia.

El contraste en términos de diferencias entre el régimen de protección al consumidor y los modelos de protección de datos personales y protección de derechos fundamentales a través de plataformas digitales indica una inconsistencia en el ordenamiento jurídico colombiano.

Estas tres áreas comparten similitudes que incluyen; i). asimetría de poder, pues en todos los casos existe una relación asimétrica entre individuos y grandes corporaciones transnacionales; ii). vulnerabilidad del sujeto protegido, ya que consumidores, titulares de datos y usuarios de plataformas digitales se encuentran en posición de vulnerabilidad; iii). carácter global de las transacciones, dado que las tres áreas se desarrollan predominantemente en entornos digitales transfronterizos, y; iv). necesidad de protección efectiva, pues en todos los casos la limitación territorial de la protección se torna ineficaz.

Pero el tratamiento legal parece radicalmente diferente en estos tres contextos. En el de la protección al consumidor se trata de una aplicación puramente territorial, no aplicable a compañías extranjeras, fundamentándose en soberanía territorial y careciendo de mecanismos de ejecución. Por su parte, en protección de datos la aplicación es extraterritorial y sí aplica a empresas no domiciliadas o con sucursal en Colombia, justificando derechos fundamentales y contando con mecanismos normativos de ejecución. Finalmente, en redes sociales la aplicación es extraterritorial y también aplica a estas, argumentando derechos fundamentales y contando con mecanismos de ejecución.

Existen varios argumentos que equiparan el régimen de protección al consumidor con los de datos personales y derechos fundamentales en el uso de redes sociales. Primero, la protección al consumidor tiene fundamento constitucional. El artículo 78 de la Constitución Política establece que "la ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización" (Constitución Política de Colombia, 1991, art. 78). Aunque este artículo no establece explícitamente un derecho fundamental, la jurisprudencia constitucional ha reconocido que la protección al consumidor integra el núcleo esencial del derecho a la igualdad y a la dignidad humana (Corte Constitucional de Colombia, 2000, Sentencia C-1141).

Segundo, la globalización del comercio electrónico genera una situación funcionalmente idéntica a la que motivó la aplicación extraterritorial de la Ley de Protección de Datos. Al igual que los datos de colombianos fluyen a través de fronteras, los bienes adquiridos mediante e-commerce transfronterizo implican relaciones jurídicas que trascienden límites territoriales.

Tercero, el principio de efecto territorial, definido en la Sentencia T-256 de 2025, sigue siendo completamente aplicable al comercio electrónico. Donde un distribuidor extranjero comercializa sus productos y servicios activamente en Colombia, accede voluntariamente a esas condiciones y debería asumir las obligaciones correspondientes.

IV. LA REINGENIERÍA LOGÍSTICA Y EL VACÍO LEGAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO

Para comprender la ineficacia de normas territoriales como la Ley 1480, es necesario entender primero el modelo operativo. El desafío no es meramente la compra internacional, sino la estructura jurídica del envío.

4.1. La Teoría de la Separación de Flujos (Separation of Flows)

En el comercio tradicional, los flujos de dinero, información y producto se centran en el importador/distribuidor local. Sin embargo, en el modelo de cross-border e-commerce, estas tareas se han desintegrado (Badakhshan & Ball, 2023):

- Flujo Financiero: el consumidor paga a una entidad (la plataforma digital) que a menudo reside en jurisdicciones de baja tributación y/o fuera del alcance del consumidor.
- Flujo Físico: el producto nunca entra en posesión de la plataforma digital. Este viaja directamente desde la fábrica al domicilio del comprador.
- Flujo de Información: la plataforma controla los datos y el algoritmo, pero contractualmente solo es una plataforma de anuncios y no el vendedor.

Es vital distinguir entre dos modelos con implicaciones legales distintas:

- Dropshipping Puro: un intermediario que frente al consumidor es el vendedor, pero que no cuenta con inventario, transmite la orden del consumidor a un fabricante.

- Mercado Totalmente Gestionado (Fully Managed Marketplace - Caso Temu): en este modelo la plataforma fija el precio final, gestiona la logística y el servicio al cliente, actuando funcionalmente como un minorista, manteniendo su posición de intermediario (SendFromChina, 2024).

La clave del problema global reside en la figura del importador. Al utilizar envíos de bajo valor (bajo los umbrales de minimis), las plataformas designan en sus Términos y Condiciones al consumidor final como el importador (Shein, 2024; Torres Trade Law, 2024). Jurídicamente, esto traslada la carga de verificar la seguridad del producto (ej. plomo en juguetes) de la corporación experta al individuo inexperto.

V. ANÁLISIS DE DERECHO COMPARADO

5.1. Estados Unidos: La Batalla por la Definición de "Vendedor"

Estados Unidos presenta un escenario más complejo y litigioso, al carecer de una ley federal única de responsabilidad por productos, el debate se libra estado por estado, interpretando si una plataforma digital encaja en la definición de "vendedor" bajo la Sección 402A del Restatement (Second) of Torts.

5.1.1. La Doctrina del Control (Modelo California)

Los tribunales progresistas han argumentado que la seguridad del consumidor prima sobre las formalidades contractuales, por ejemplo:

- Caso *Bolger v. Amazon.com, LLC* (2020): la Corte de California dictaminó que Amazon era estrictamente responsable por una batería defectuosa vendida por un tercero ("Lenoge"). La ratio decidendi en este caso mencionó que Amazon no tenía el "título" de propiedad, se interpuso en la cadena de distribución. La Corte aplicó un test de control: Amazon almacenó el producto, procesó el pago y controló la relación con el cliente. La Corte declaró que Amazon era "parte integral de la empresa general de comercialización" y el único actor accesible para la víctima.
- Caso *Loomis v. Amazon.com LLC* (2021): estableció que Amazon tiene la capacidad de ejercer presión sobre los fabricantes para mejorar la

seguridad, cumpliendo así con el objetivo de política pública de la responsabilidad objetiva (Dickinson Wright, 2021).

5.1.2. La Doctrina del Título (Modelo Texas y Ohio)

Por otro lado, otros estados se adhieren a una interpretación formalista, exigiendo la transferencia de propiedad.

- Caso Amazon.com, Inc. v. McMillan (2021): La Corte Suprema de Texas sostuvo que, bajo la ley de Texas, un "vendedor" es alguien que transfiere el título de propiedad. Dado que Amazon, en su modelo FBA (Fulfillment by Amazon), nunca posee el título (este pasa del vendedor tercero al comprador), no puede ser considerado un "vendedor" estatutario, eximiéndolo de responsabilidad por una batería ingerida por una niña (Amazon.com, Inc. v. McMillan, 2021).
- Caso Stiner v. Amazon.com, Inc. (2020): La Corte Suprema de Ohio falló a favor de Amazon tras la muerte de un adolescente por cafeína en polvo pura, argumentando que Amazon no tenía control sobre el diseño o la advertencia del producto, actuando solo como un proveedor de servicios financieros y logísticos (Stiner v. Amazon.com, Inc., 2020).

5.2. Unión Europea: La Solución Estructural del "Operador Económico"

La UE ha implementado el marco legislativo más avanzado, eliminando la posibilidad de vender sin un responsable local.

- Reglamento General de Seguridad de los Productos (GPSR)

Este reglamento cuenta con la figura de la Persona Responsable, ya que prohíbe la comercialización de cualquier producto en la UE a menos que exista un operador económico establecido en la Unión (fabricante, importador, representante autorizado o proveedor de servicios logísticos) que custodie la documentación técnica.

Si un vendedor chino no tiene presencia en la UE, debe contratar y designar un Representante Autorizado, lo cual es un efecto directo para los Dropshippers. Si no lo hace,

el marketplace está obligado legalmente a retirar el producto (Obelis Group, 2024; Linklaters, 2024).

Por otro lado, la Comisión Europea ha propuesto eliminar la exención de aranceles de 150€ y designar a las plataformas como "Importadores Presuntos". Esto obligaría a Shein y Temu a recaudar aranceles e IVA en el punto de venta y asumir la responsabilidad legal frente a las aduanas, eliminando la ficción de que el consumidor es el importador (PwC, 2023; Norton Rose Fulbright, 2024).

Por otra parte, Temu y Shein han sido designadas como VLOPs (Very Large Online Platforms), lo que significa que son plataformas que tienen más de 45 millones de usuarios al mes en la UE y son plataformas en línea de muy gran tamaño y en consecuencia, se generan diversas obligaciones para estas plataformas. En 2024 y 2025, la Comisión abrió procedimientos formales contra Temu por posibles incumplimientos relacionados con la venta de productos ilegales y el diseño adictivo de su interfaz, con multas potenciales del 6% de su facturación global (Comisión Europea, 2024; Tech.eu, 2025).

5.3. Canadá: Enfoque Colaborativo y Vigilancia Fronteriza

En Canadá se han realizado una serie de compromisos y poder policial en la frontera. Health Canada ha formalizado un compromiso voluntario firmado por Amazon, eBay y, recientemente en diciembre de 2024, Temu Canada. Los firmantes se comprometen a retirar productos inseguros en un plazo de 2 días hábiles tras la notificación y a implementar filtros preventivos (Health Canada, 2025; Newswire, 2024).

De igual forma, la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (CBSA) realiza inspecciones dirigidas en el flujo de mensajería (courier low value stream). Se han reportado incautaciones masivas de ropa de fast fashion (Shein) con niveles tóxicos, utilizando la autoridad aduanera para bloquear el acceso al mercado en lugar de litigios civiles (CBSA, 2024).

5.4. Colombia: Estado Actual de la Regulación

El marco actual de protección al consumidor en Colombia (Ley 1480 de 2011) se encuentra en una situación de inoperancia estructural frente al comercio electrónico transfronterizo moderno. La aplicación del artículo 50 de la ley 1480 de 2011 se restringe a los productores

y proveedores en el territorio nacional, dejándolo al consumidor colombiano jurídicamente desamparado en comercio transfronterizo.

Por ejemplo, cuando un ciudadano compra en Temu o Shein bajo la modalidad de envío directo, la ley asume que el consumidor es el importador, de esta forma Colombia sigue aceptando la defensa de las plataformas de que son simples "vitriñas" o "contactadores", sin asumir responsabilidad por el producto.

Es más, no existen herramientas jurídicas actuales (ni en la ley ni en la doctrina de la SIC) para imputar responsabilidad a la plataforma basándose en su control económico de la transacción. Esto evidencia una desventaja crítica frente a economías más avanzadas, pues mientras Colombia sigue debatiendo sobre jurisdicción territorial, las economías avanzadas ya han implementado "ficciones legales" para cerrar las brechas, por ejemplo:

- Responsabilidad por defectos en los productos: actualmente en Colombia nadie asume esta responsabilidad, mientras que Estados Unidos ha planteado análisis y figuras que permiten proteger al consumidor (Caso Bolger)
- Requisitos para comercializar en el país: la UE establece obligaciones para que estas plataformas puedan operar en el mercado, contrario a Colombia que cualquier plataforma puede hacerlo sin ningún tipo de limitación.

Con lo anterior, podemos observar que Colombia es vulnerable regulatoriamente en protección al consumidor transfronterizo. No existen normas que obliguen a las plataformas extranjeras a designar un representante local (Modelo UE) ni jurisprudencia que las responsabilice por su control sobre la transacción (Modelo EE. UU.), el país se convierte en un destino atractivo para la comercialización de productos inseguros y/o defectuosos, que ya no pueden entrar fácilmente a Europa o Norteamérica.

VI. ANÁLISIS CRÍTICO: ¿ES SOSTENIBLE LA TERRITORIALIDAD ABSOLUTA EN DERECHO DEL CONSUMO?

Desde una posición proteccionista del principio de territorialidad en el Estatuto del Consumidor se podrían exponer varios argumentos. El primero por supuesto sería la imposibilidad de imponer obligaciones a compañías sin sede ni sucursal en Colombia. Segundo, el riesgo de conflictos de jurisdicción. Tercero, la existencia de mecanismos

alternativos como Online Dispute Resolution ODR y organizaciones como la Red Internacional de Protección al Consumidor y Aplicación de la Ley (ICPEN) creadores del portal econsumer.gov para que cualquier persona reporte quejas sobre transacciones en línea o relacionadas con compañías extranjeras, y; Cuarto, la libertad contractual de los consumidores que eligen comprar a proveedores extranjeros.

No obstante, estos argumentos son muy discutibles, dado que en la práctica de protección de datos y derechos fundamentales ha refutado el argumento de la imposibilidad de hacer cumplir obligaciones a empresas extranjeras. La Ley 1581 de 2012 y la Sentencia T-256 de 2025 indican que las obligaciones pueden y son permisibles constitucionalmente, frente a empresas extranjeras incorporadas en el mercado colombiano.

Además, existen numerosas vías para la implementación efectiva de la ejecución; como el bloqueo de acceso a sitios e-commerce que vulneren las normas de protección al consumidor; ejecución sobre activos locales, cooperación internacional bajo acuerdos de libre comercio firmados por Colombia, y medidas de publicidad diseñadas para advertir a los clientes de plataformas de comercio electrónico y bancos que no tienen protección legal cuando compran en estos portales.

El riesgo de conflictos jurisdiccionales no parece ser absoluto pero tampoco es insuperable. En el principio de efecto territorial se aplica, algo que como ya expusimos, en la jurisprudencia sobre protección de datos y derechos fundamentales ya se reconoce, permitiendo una conexión razonable con nuestro país sin infringir las soberanías extranjeras, dado que cuando una empresa dirige intencionalmente sus actividades comerciales hacia Colombia (mediante publicidad en español, aceptación de pagos en pesos colombianos, transporte de productos a Colombia), se somete voluntariamente al mercado colombiano y acepta implícitamente sus normas.

Los mecanismos alternativos existentes son claramente insuficientes, teniendo en cuenta que el portal econsumer.gov permite reportar quejas pero no tiene capacidad vinculante; en contraste, la SIC a través de sus mecanismos de facilitación y verificación, ha logrado 8.300 soluciones (sentencias, transacciones y/o conciliaciones) a favor del consumidor entre enero y agosto de 2024, consiguiendo un 83% de avance en su meta de cumplimiento para dicho periodo. Estos datos, aunque no se limitan a quejas transfronterizas, ilustran la alta

tasa de cumplimiento de las resoluciones alcanzadas a través de la ODR "SIC Facilita" (SIC, 2024).

Finalmente, sobre la libertad contractual de los consumidores que eligen comprar a proveedores extranjeros, este argumento aunque se base en el principio de la autonomía de la voluntad, pasa por alto las asimetrías informativas y de poder que se pueden ver en las relaciones de consumo, ya que un consumidor promedio colombiano no es capaz de identificar en el comercio electrónico cuando se encuentra frente a proveedores extranjeros, y menos de que esto implica que se les prive de la protección del Estatuto del Consumidor.

VII. CONSIDERACIONES FINALES

Del análisis antes realizado es posible concluir que hay una seria ausencia de protección para los consumidores colombianos en el comercio electrónico transfronterizo, gracias a la aplicación estricta del principio de territorialidad en el Estatuto del Consumidor. La falta de protección se intensifica por la creciente tasa de comercio electrónico transfronterizo, que pasó de representar el 28% en 2019 al 35% en 2022 de las compras en línea, con proyección de alcanzar el 40% en 2025.

Existe una inconsistencia sistémica en el ordenamiento jurídico colombiano que aplica diferentes criterios en protección de datos (Ley 1581 de 2012) y derechos fundamentales en plataformas digitales (Sentencia T-256 de 2023), donde si se ha flexibilizado la territorialidad, mientras que en protección al consumidor se mantiene una territorialidad absoluta. Uno de los problemas clave con esta inconsistencia, así como otras características estructurales fundamentales que sustentan las tres áreas, es su falta de coherencia.

A la luz de esto, los principios constitucionales, los modelos de derecho comparado que sustentan y facilitan una flexibilización del principio de territorialidad en materia de protección al consumidor y los precedentes jurisprudenciales son fundamentos que permiten la flexibilidad del principio de territorialidad en protección al consumidor. El artículo 78 de la Constitución Política establece un requisito de protección al consumidor que no puede quedar ineficaz por consideraciones formalistas de territorialidad. Por su parte, el artículo 13 de la Constitución Política garantiza la igualdad material, que resulta vulnerada

cuando consumidores colombianos reciben protección diferenciada según compren a proveedores nacionales o extranjeros.

La experiencia de la protección de datos personales y los derechos fundamentales en plataformas digitales muestra que, tanto a nivel constitucional como legislativo, es admisible extender la protección más allá de las fronteras territoriales cuando están expuestos los derechos fundamentales de los consumidores colombianos. El principio de efecto territorial, ya aplicado exitosamente en estos ámbitos, puede y debe extenderse al derecho de consumo.

Por lo tanto, para implementar en Colombia una protección efectiva del consumidor electrónico, serán necesarias reformas legislativas que establezcan una aplicación extraterritorial del Estatuto del Consumidor a los proveedores que dirigen sus actividades hacia Colombia, estableciendo mecanismos de aplicación apropiados en el entorno digital, y promoviendo la cooperación internacional en protección de consumo, asegurando garantías mínimas transfronterizas y el establecimiento de sistemas alternativos para resolver disputas.

También es importante implementar mecanismos educativos, informativos y de protección para reducir los riesgos a los que actualmente están expuestos los consumidores, mientras se adelantan las modificaciones normativas, tales como; campañas de educación al consumidor, fortalecimiento de SIC Facilita, listados públicos de proveedores confiables y no confiables, obligaciones para intermediarios de pago, y protocolos de cooperación internacional reforzada.

La falta de protección al consumidor en el comercio electrónico transfronterizo no es inevitable, es una expresión desactualizada de la doctrina de territorialidad que no se adapta al siglo XXI. Este crecimiento del comercio electrónico transfronterizo no esperará a que la ley se actualice con las necesidades del mercado, puesto que los consumidores colombianos estarán desprotegidos de prácticas abusivas, productos defectuosos y fraudes que el estado tiene el deber constitucional de evitar y sancionar.

La segunda parte de esta investigación desarrollará alternativas de solución concretas para que los consumidores colombianos diriman disputas que han surgido con la garantía de productos adquiridos mediante comercio electrónico transfronterizo. Además de un análisis sobre los marcos de cooperación internacional de las autoridades de protección al

consumidor, específicamente, ICPEN, y el portal econsumer.gov. Asimismo, un análisis de derecho comparado que estudiará modelos de la Unión Europea y Estados Unidos ajustados en la práctica legal colombiana. Este análisis complementario permitirá proponer un modelo integral de protección que combine reforma legislativa, cooperación internacional efectiva, y mecanismos alternativos de resolución de conflictos derivados del comercio electrónico transfronterizo.

Referencias:

1. Bolger v. Amazon.com, LLC, 53 Cal. App. 5th 431 (2020).
2. Canada Border Services Agency (CBSA). (2024). Departmental Results Report 2023-24. Government of Canada.
3. Caso Amazon.com, Inc. v. McMillan (2021)
4. Commission opens formal proceedings against Temu under DSA
5. Dickinson Wright. (2021). Loomis v. Amazon Not Even Amazon Can Avoid Being in the Chain of Distribution.
6. Health Canada. (2025). Canadian Product Safety Pledge Annual Report. Government of Canada.
7. Obelis Group. (2024). Responsible Person and Authorised Representative under GPSR
8. PwC (2023) EU Customs Reform Impact on Businesses.
9. SendFromChina. (2024). What is TEMU's Fully Managed Model.
10. Torres Trade Law. (2024). Section 321 De Minimis Imports Can Pose Compliance Risks.
11. Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2023). Informe de industria 2023. CCCE.
12. Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2024). Proyecciones 2025. CCCE.
13. Constitución Política de Colombia. (1991). Gaceta Constitucional No. 116 de 20 de julio de 1991.
14. Corte Constitucional de Colombia. (2000). Sentencia C-1141. M. P. Eduardo Cifuentes Muñoz.

15. Corte Constitucional de Colombia. (2008). Sentencia C-750. M. P. Clara Inés Vargas Hernández.
16. Corte Constitucional de Colombia. (2011). Sentencia C-748. M. P. Jorge Ignacio Pretelt Chaljub.
17. Corte Constitucional de Colombia. (2019). Sentencia C-439. M. P. Alberto Rojas Ríos.
18. Corte Constitucional de Colombia. (2023). Sentencia T-256. M. P. Cristina Pardo Schlesinger.
19. Decreto 1377 de 2013. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1581 de 2012. 27 de junio de 2013. Diario Oficial No. 48.834.
20. Ley 1480 de 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. 12 de octubre de 2011. Diario Oficial No. 48.220.
21. Ley 1581 de 2012. Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. 17 de octubre de 2012. Diario Oficial No. 48.587.
22. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). Cifras de comercio exterior 2022. MinCIT.
23. C. L. Valderrama Rojas (Dir.), *Perspectivas del derecho del consumo* (pp. 187-225). Universidad Externado de Colombia.
24. Remolina Angarita, N. & Flórez Rojas, M. L. (2013). *Consumidor y comercio electrónico*. En J. M. Gual Acosta & J. C. Villalba Cuéllar (Dirs.), *Derecho del consumo: problemáticas actuales* (pp. 349-389). Ibáñez.
25. Superintendencia de Industria y Comercio. (2015). Concepto 15278461. SIC.
26. Superintendencia de Industria y Comercio. (2017). Concepto 17075009. SIC.
27. Superintendencia de Industria y Comercio. (2024). Boletín del consumidor No. 1 de 2024. SIC.
28. Superintendencia de Industria y Comercio. (2024). Informe de gestión 2023. SIC.
29. Villalba Cuéllar, J. C. (2017). *Introducción al derecho del consumo*. Universidad del Rosario.
30. Superintendencia de Industria y Comercio. (2025, agosto). *Respuesta a derecho de petición No. 25-336074 sobre territorialidad en protección al consumidor en comercio electrónico transfronterizo*. Bogotá, Colombia: Oficina Asesora Jurídica.