



FALTA DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR INTERNACIONAL COMO SITUACIÓN QUE DESFAVORECE EL DESARROLLO ECONÓMICO GLOBAL

LACK OF PROTECTION OF THE INTERNATIONAL CONSUMER AS AN ADVERSE
SITUATION FOR THE INTERNATIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT

 Por: Cristina Aristizábal -Johnson¹

Fecha de recepción: 15 marzo de 2014

Fecha de aprobación: 12 de mayo 2014

Resumen

Debido a la globalización, figuras como la del Consumidor Internacional han ido tomando fuerza. A pesar de esto, dentro de los Estados no se ha desarrollado para él una protección mínima, la cual garantice todos los derechos que se le adscriben en las directrices de las Naciones Unidas para la protección al consumidor. Este trabajo pretende demostrar la importancia de este actor para el desarrollo económico, la gravedad de las consecuencias que acarrea su falta de protección, la insuficiencia doctrinal en la materia y los elementos que es necesario tener en cuenta a la hora de hacer propuestas para su regulación.

Palabras Claves: *Consumidor internacional, Desarrollo económico, Falta de protección, Vulnerabilidad, Elementos para la protección.*

¹ Cristina Aristizábal Johnson. Estudiante de derecho de la Universidad EAFIT, Medellín, Colombia. carist23@eafit.edu.co



Abstract

Due to globalization, concepts like International Consumer have been taking force. Despite of this, there has not been introduced any regulation tending to cover all the rights given to this Consumer in the United Nation directives for consumer protection. This article wants to show the importance of this actor for the economic development; the severity of the consequences that come with his lack of protection; the doctrinal insufficiencies in the topic; and the elements which are necessary to take into account at the time of making proposals for its regulation.

Key words: *International consumer, Economic development, Lack of protection, Vulnerability, Elements for protection.*



Introducción

Durante los últimos años y debido a la globalización, han aparecido nuevos actores en el mundo del derecho; específicamente nos encontramos con el consumidor internacional. Como su aparición ha sido tan reciente y acelerada, para los Estados ha sido un reto ponerse al día con su regulación: los que se han percatado de su existencia lo han regulado de manera indeficiente; y los que no lo han hecho o han ignorado su importancia, no han creado normas de ninguna clase, dejando a este actor jurídicamente desprotegido.

La importancia de este ensayo radica en la falta de conciencia que la comunidad internacional tiene sobre la necesidad de proteger al consumidor internacional. Muy pocos doctri- nantes, juristas y organizaciones se han preocupado por identificar y resolver el problema, puesto que ven en ello algo que puede solucionar fácilmente el derecho interno o que puede analizarse analógicamente al comercio electrónico. Sin embargo, como se trata de una situ- ación nueva y especial, requiere una regulación igualmente específica, la cual satisfaga una protección completa de este actor.

Mi objetivo es demostrar como la falta de protección del consumidor internacional desfa- vorece el desarrollo económico global. Para lograrlo, el ensayo se desarrolla resolviendo los siguientes interrogantes: ¿quién es el consumidor internacional?; ¿porqué es importante el consumidor internacional en el desarrollo económico global?; ¿Porqué se puede afirmar que hay una falta de protección de este actor?; ¿Porqué son insuficientes las propuestas de regulación en materia del consumidor internacional?; y finalmente, ¿Cuáles son las conse- cuencias a las que lleva la falta de protección del consumidor internacional para el desarrollo económico y para el derecho?

¿Quién es el consumidor internacional?

Para poder desarrollar el tema, es importante primero definir a quién entendemos por con- sumidor internacional. Dentro del ordenamiento jurídico Colombiano, la ley 1480 define al consumidor como “Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la sat- isfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica.”² El consumidor internacional, si bien tiene las mismas características que el consumidor nacional, se domicilia en un Estado dife- rente al del comerciante del cual adquiere el bien. Esto hace la relación de consumo inter- nacional más compleja que la de consumo nacional, pues puede llegar a incluir elementos adicionales como labores de importación o un contrato de transporte.

Es también importante para comprender el concepto aclarar la relación entre el consumo

2 Colombia, Congreso de la república, Ley, Ley 1480 por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposicio- nes, Bogotá, Diario Oficial No. 48.220 de 12 de octubre de 2011, art.5.



internacional y el comercio electrónico, de manera que evitemos caer en el error de confundir ambas figuras. El estatuto del consumidor colombiano entiende por comercio electrónico “la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concertados a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios”³.

Habiendo aclarado esto, podemos entender que las diferencias entre ambas figuras son las siguientes: El consumidor internacional en la mayoría de los casos puede ser resultante de una contratación electrónica, pues este es el medio que más ha permitido la difusión del comercio internacional; sin embargo, no siempre es así, pues dicha relación jurídica puede venir también de otra clase de transacción. Adicionalmente, el comercio electrónico no siempre da lugar a la relación comerciante – consumidor, debido a que también puede llevar, por ejemplo, a relaciones entre dos comerciantes⁴. Finalmente, el comercio electrónico también puede dar lugar a transacciones nacionales, cuando tanto el vendedor como el consumidor se encuentran dentro del mismo Estado.

Lo anterior nos demuestra que no solo no existe identidad entre ambas figuras, sino que tampoco hay una relación genero-especie, razón por la cual quienes igualan ambas situaciones incurren en un mal uso del lenguaje por no saber delimitar estos términos, y traen como consecuencia una falta de protección del consumidor internacional.

La importancia del consumidor internacional en el desarrollo económico global

Una vez definido el concepto de consumidor internacional, es necesario analizar de qué forma influye en el desarrollo económico global, lo que nos permitirá ver que tan graves pueden ser las consecuencias de su falta de protección.

El Banco Mundial define desarrollo económico como “Cambio cualitativo y reestructuración de la economía de un país en relación con el progreso tecnológico y social”⁵. Es importante diferenciar el concepto de desarrollo económico al de crecimiento económico, pues solo es el primero el que se debe buscar en un Estado Social de Derecho. El crecimiento económico es el mero “cambio cuantitativo o expansión de la economía de un país”⁶, el cual, cuando se produce con un uso más productivo de todos los recursos, es decir, que se dé un crecimiento de manera “intensiva”, genera un mayor ingreso por habitante y mejora el nivel de vida⁷ de

3 *Ibid.* Art 49.

4 María José Reyes López, et al., *Derecho privado del consumo*, Valencia, TIRANT LO BLANCH, 2005, pp. 368

5 World Bank, “glosario”, sitio Web del Banco Mundial, [En línea], disponible en: <http://www.worldbank.org/depweb/beyond/beyondsp/glossary.html>, consulta: 20 de Septiembre de 2013.

6 *Ibid.*

7 El Banco Mundial también define nivel de vida como “el grado de bienestar (de un individuo, un grupo o la población de un país), medido por el nivel de ingresos o por la cantidad de bienes y servicios consumidos”.



los individuos de una sociedad. Que el crecimiento económico se logre de forma intensiva es una condición para hablar de desarrollo económico.

En suma, vemos que el desarrollo económico lo que busca realmente es que un Estado reestructure su economía de manera que los individuos tengan un mejor nivel de vida, el cual se puede medir por la cantidad de ingresos per cápita o por la cantidad de bienes y servicios consumidos por éstos⁸. El desarrollo económico debe evaluarse entonces desde los individuos.

Cualquier modificación en el concepto de consumidor es un cambio en el derecho económico, por lo tanto, lo es también en la estructuración de la economía de un Estado. Si reemplazamos el enfoque tradicional que se le da a éste actor como un individuo cuyas relaciones se dan a un nivel nacional, y lo volvemos uno que se ve envuelto en una situación internacional, estamos transformando el concepto que se tenía, por uno nuevo de consumidor internacional.

El individuo como consumidor siempre va a buscar maximizar sus beneficios, de manera que actuará en aras de adquirir más bienes con la misma renta: siempre va a comprar los productos que, ajustándose a sus preferencias, tengan un precio menor. Debido a la reducción de los fletes y a la facilidad que ofrece la tecnología para hacer compras en el exterior, muchas veces a un consumidor le va a salir más barato comprar los bienes en un país extranjero, ya que allí el bien que desea tiene un costo final (incluyendo flete, impuestos, entre otros) menor al que obtendría en su propio Estado.

Lo anterior se puede dar debido a que algunos países tienen la posibilidad de producir más barato. Según Adam Smith, esto se puede justificar porque hay algunas naciones que frente a ciertos productos tienen unas ventajas absolutas. Estas ventajas pueden ser naturales como la tierra, el clima y la riqueza mineral; y ventajas adquiridas, como las habilidades y las técnicas especiales⁹. Posteriormente, David Ricardo expone el principio de la ventaja comparativa, el cual excluye la necesidad de una ventaja absoluta para que el comercio internacional pueda ser beneficioso para todos: si hay una nación que no tiene una ventaja absoluta en ninguno de los productos, debe dedicarse a producir el bien en el cual es menos ineficiente¹⁰.

Finalmente, otra causa de bajos costos de producción es el grado de neoliberalismo dentro de un Estado en materia de derecho laboral. Rodrik en el 2002 bautizó como *The Augmented Washington Consensus* a un nuevo set de políticas adoptadas por agencias multilaterales y economistas para finales de 1980, quienes las consideraban como necesarias para alcanzar el desarrollo económico¹¹. Dentro estas se encuentra la flexibilización del mercado laboral,

8 World Bank, "glosario", sitio Web del Banco Mundial, [En línea], disponible en: <http://www.worldbank.org/depweb/beyond/beyondsp/glossary.html>, consulta: 20 de Septiembre de 2013.

9 Adam Smith, *the wealth of nations*, Nueva York, Modern library, 1937, pp. 424-426

10 Robert J. Carabaugh, *Economía Internacional*, 12° Edición, México, CENGAGE Learning, 2009, pp. 31-32

11 John Marangos, *What happened to the Washington Consensus? The evolution of international development policy*, The journal of Socio-Economics 38, Greece, 2009.



es decir, mantenerlo desregulado. Esto se ve reflejado en el costo final del bien de la siguiente manera: si un comerciante se encuentra en un Estado con una baja regulación laboral, la mano de obra va a ser más barata, por lo que el costo total de producción del bien va a ser menor que el de otro comerciante cuyo Estado tenga una fuerte protección del trabajador, porque va a tener que responder por obligaciones como prestaciones sociales.

El consumidor es inteligente, y sabe que si tiene un conglomerado de oferentes global, puede maximizar su beneficio. Lo explicaré en el siguiente ejemplo: al país X le sale menos costoso producir vestidos; al país Y lámparas; y al país R zapatos. Cada uno de estos vende más barato lo que le vale menos producir, debido a que tiene una ventaja absoluta o comparativa. El consumidor A vive en el país W, que no tiene ventaja absoluta en la producción de zapatos, ni de vestidos ni de lámparas; pero sí tiene muy bajos costos en la producción de comida. Este consumidor A tiene una renta de 100, lo que en su país le alcanza para comida, y para comprar ó zapatos, ó vestidos ó lámparas; pues en el país W su precio es muy alto. Debido a la globalización y a la posibilidad de un consumo internacional, el consumidor A va a poder adquirir en cada uno de los países el producto que es bueno produciendo, por lo que ya no le va a alcanzar solamente para comprar comida y uno de los tres productos, sino que ya va a poder adquirir, con un mismo nivel de renta, comida, vestidos, lámparas y zapatos. De esta forma, el consumidor A va a aumentar su nivel de vida, pues va a poder adquirir una mayor cantidad de bienes.

De esta forma podemos concluir que el consumo internacional es clave en el desarrollo económico, pues el individuo es el que se va a ver al final beneficiado con una oferta más amplia, dentro de la cual tendrá más opciones para elegir según sus preferencias. Todo este esquema funciona si se parte de la base que hay una libre competencia y que los derechos del consumidor internacional están plenamente garantizados.

Falta de protección que tiene el consumidor internacional

A pesar de la importancia que tiene el hecho que el consumidor internacional tenga una serie de normas que lo protejan, los Estados no han desarrollado un marco jurídico suficiente para este fin. Según las directrices de las Naciones Unidas, es importante que se les resguarden los derechos de seguridad, salud, acceso a la información, compensación efectiva, libre asociación y consumo sostenible. También considera que se les deben proteger sus intereses económicos, por medio de la toma de medidas que aseguren la libre competencia y la eficacia de los mecanismos de aplicación de las normas jurídicas¹².

Para poder que se dé una protección integral de todos estos derechos, es necesario: en primer lugar, la creación de una normatividad que, abarcando todos los derechos enuncia-

12 Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, Directrices, *Directrices de las Naciones Unidas para la protección al consumidor*, [En línea], disponible en: <http://es.consumersinternational.org/who-we-are/un-guidelines-on-consumer-protection#.UkrfEt-KUbPx>, consulta: 23 de Septiembre de 2013



dos en las directrices de Naciones Unidas, incluya todos los elementos característicos del consumo internacional, teniendo en cuenta la diferencia de éste con el consumo nacional¹³ y con el comercio electrónico.

Por otra parte, es necesaria la creación de organismos internacionales o la cooperación entre las autoridades de los diferentes Estados, de manera que se puedan hacer cumplir las normas existentes y que resguarden los derechos que estas disposiciones no alcanzan a cubrir.

En tercer lugar, lo dicho anteriormente debe desarrollarse con una mirada a las instituciones y normatividades existentes, en el sentido que ya hay una serie de organismos que pueden ser muy útiles si cada país las acoge; favoreciendo así la eficacia de éstos, haciendo un engranaje de más simple comprensión para el consumidor y evitando saturar el sistema internacional. Adicionalmente, no bastará con que la protección esté en unos Estados y en otros no, pues la idea es lograr una oferta para los consumidores a nivel mundial en la que puedan encontrar sus derechos cubiertos con quien sea que contrate, para lo que será necesaria una normatividad con un ámbito de aplicación territorial suficientemente amplio. Finalmente, a la hora de implementar propuestas, es necesario que éstas se lleven a cabo maximizando la eficiencia de los recursos públicos, para lograr un “crecimiento económico de manera intensiva”¹⁴.

En Colombia el consumidor internacional se encuentra gravemente desprotegido. Desde la misma definición que la ley 1480 ofrece de consumidor y el desarrollo que le da a su protección, podemos ver que lo hace solo en mira de las relaciones nacionales. Además, si bien es cierto que el Estatuto del consumidor prevé la existencia del comercio electrónico y de la contratación a distancia, es una regulación insuficiente para el consumidor internacional, porque no solo olvida incluir los elementos característicos de esta relación, sino que no garantiza una protección completa de todos los derechos de este sujeto. Esto lo que hace es demostrarnos, o bien que el legislador colombiano no prevé la existencia del consumidor internacional, o bien que la está confundiendo con el comercio electrónico. Otro ejemplo de falta de protección de este actor en el ordenamiento jurídico colombiano, se da en el plano de la negociación del TLC con EEUU, pues en esta materia solo se logró implementar medidas tendientes a proteger los derechos de salud y seguridad, dejando desamparados los demás.

En la Unión Europea, el panorama tampoco es alentador. Debido al mayor y constante intercambio de bienes y servicios dentro de los miembros pertenecientes a este bloque, se hace más latente la necesidad de protección del consumidor internacional. En España, por

13 Un ejemplo de diferencia entre el consumo internacional y el nacional es que en muchos casos, en las relaciones del internacional, se incluye la obligación de transporte del bien desde el domicilio del comerciante hasta el lugar indicado por el consumidor. Lo anterior hace las políticas de cambio y retorno más difíciles y onerosas por la distancia.

14 World Bank, “glosario”, sitio Web del Banco Mundial, [En línea], disponible en: <http://www.worldbank.org/depweb/beyond/beyondsp/glossary.html>, consulta: 20 de Septiembre de 2013.



ejemplo, existe el texto refundido de la ley para defensa de consumidores y usuarios, el cual es muy fuerte en materia de protección al consumidor, y debido a su naturaleza, podría ser aplicado a una relación de consumo internacional. En muchos países europeos podemos encontrar leyes como la española. Sin embargo, Según Elvira Méndez Pinedo, el acceso de los consumidores a la justicia en las reclamaciones transfronterizas es uno de los puntos débiles en la integración económica europea, pues no tienen órganos suficientes y eficaces que permitan una buena resolución de sus disputas¹⁵.

Debido a lo generalizada que es esta situación y a su gravedad, la comunidad de consumidores internacionales se ha unido para crear diferentes organizaciones que les han permitido alcanzar unos mínimos. Algunas de estas son: ICPEN (International Consumer Protection and Enforcement Network) que busca, a través de bases de datos, conferencias, campañas, seminarios, entre otros; lograr suficiente información para el consumidor sobre operaciones transfronterizas¹⁶. El sitio web www.ecommerce.gov, iniciativa de ICPEN, es donde consumidores de varios países pueden enviar sus quejas sobre el comercio electrónico transfronterizo¹⁷. ICPSC (International Consumer Products Safety Caucus), por último, consiste en el intercambio de información acerca de la seguridad de los productos¹⁸.

A pesar que estos organismos pueden ser muy útiles, no cumplen todos los requisitos mencionados anteriormente, los cuales son necesarios para que podamos decir que se están salvaguardando la totalidad de los derechos de este actor.

Insuficiencia de la doctrina en materia del consumidor internacional

La doctrina en materia de consumidor internacional es bastante escasa y difusa. Resulta difícil saber si este silencio se debe a una mera ignorancia de la existencia de este actor, o a que los doctrinantes consideran que basta con el derecho interno (normatividad sobre consumidor nacional) y la regulación del comercio electrónico o a distancia. Lo que sí es un hecho es que hay muy poco desarrollo, y lo poco que existe se limita a situaciones muy específicas de consumo internacional, como por ejemplo, al consumidor de servicios financieros. En el caso de Colombia, dentro de lo poco que hay en el tema, nos encontramos lo siguiente: en razón al TLC con EEUU, Ortiz y Quintero realizan una serie de propuestas para mejorar la protección al consumidor¹⁹. Sin embargo, en éstas nos podemos encontrar con que, igual que

15 Elvira Méndez Pinedo, *la protección de consumidores en la Unión Europea*, Madrid, MARCIAL PONS, 1998, pp.23

16 International Consumer Protection and Enforcement Network, Sitio Web de ICPEN, [En línea], disponible en: <http://icpen.org>, consulta: 25 de Septiembre

17 International Consumer Protection and Enforcement Network, "What We Do", Sitio Web de ICPEN, [En línea], disponible en: <http://icpen.org/for-consumer-experts/what-we-do/network-activities-1>, consulta: 25 de Septiembre

18 International Consumer Product Safety Caucus, "About the ICPCSC", Sitio Web de ICPCSC, [En línea], http://www.icpsc.org/About_the_ICPCSC.html, consulta: 25 de Septiembre

19 Alfonso David Ortiz López, Jorge Andrés Quintero Lee, "Derecho del consumidor en el marco del tratado de libre comercio con Estados Unidos de América", [En línea], disponible en: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/644/1/80765859.pdf>, consulta: 28 de Septiembre de 2013



las normas ya existentes, mantienen una postura limitada a lo nacional sobre los organismos que se necesitan, pues no buscan una mayor interconexión entre los Estados. Proponen desarrollar únicamente instituciones con EEUU, pudiendo extenderlas a también a relaciones con otros países. Adicionalmente, dichas propuestas no las desarrollan de manera que puedan proteger todos los derechos que tiene el consumidor, por lo que vistas en conjunto, son incompletas. Finalmente, si bien reconocen la existencia del consumidor internacional, no distinguen su relación con la del consumidor nacional, dejando de lado los elementos característicos del consumo internacional, los cuales es necesario tenerlos en cuenta para la elaboración de propuestas de esta clase.

Su primera propuesta es que se fortalezca la legislación interna en materia de protección al consumidor²⁰. Frente a esta se considera que, si bien este fortalecimiento puede favorecer el consumidor nacional, esto no le ofrece ninguna garantía al consumidor internacional si no se incluyen disposiciones que le permitan tener una cobertura de todos sus derechos, para lo cual es necesario que se tengan en cuenta los elementos característicos que contiene su relación.

Una segunda propuesta es “la creación de mecanismos administrativos de expedita solución de conflictos en materia de protección al consumidor”²¹. Es importante que se creen entidades para resolver disputas en esta materia; sin embargo, es necesario que junto con estas se generen políticas para la ejecución de las decisiones de estos organismos en otros países, pues sin esto realmente se estaría creando una institución ineficaz. También se considera fundamental que se trate de procesos muy rápidos y poco onerosos, pues en muchos casos se tratará de disputas por una mínima cuantía.

Una tercera propuesta consiste en la creación de una Procuraduría Bilateral del Consumidor, la cual se encargaría de seguir el proceso desde el momento de la producción, hasta el momento que llegue al consumidor²². El problema con esta procuraduría es que sería un mecanismo de muy oneroso funcionamiento, por lo que sería difícil de mantener. Podría lograrse el mismo fin con la cooperación entre las autoridades de cada uno de los Estados, y no nos estaríamos saturando de instituciones que cumplan las mismas funciones. En este orden de ideas sería más eficiente, en vez de crear nuevos instrumentos, invertir capital en los organismos ya existentes, de manera que tengan un mayor presupuesto para trabajar. De ser así estaríamos generando eficiencia de los recursos públicos, lo que nos lleva a un crecimiento económico de manera intensiva.

Su cuarta propuesta es crear una comisión defensora del consumidor, donde puedan ser elevadas las quejas de los consumidores²³. A pesar que se trata de una institución fundamental, debemos recordar que ya existe un mecanismo internacional que cumple esta misma función, que es el sitio web www.ecommerce.gov, por lo que no es necesario crear una

20 *Ibíd.*

21 *Ibíd.*

22 *Ibíd.*

23 *Ibíd.*



institución nueva. Inclusive, es mucho más efectivo si todos los Estados se adhieren a ésta iniciativa de ICPEN: se le garantizaría una mayor eficacia, debido a que tendría más margen de actuación por la competencia que cada país le daría para la resolución de disputas y ejecución de decisiones.

Su quinta propuesta es la creación de centros de atención directa al consumidor²⁴, los cuales se encargarían de brindar asesoría a este actor sobre cómo proceder cuando sienta vulnerados sus derechos. Esta institución si tendría mucho sentido, y es necesario que haya una en cada Estado debido a la complejidad de la transacción y del engranaje institucional que hay para la protección de sus derechos.

Lo último que plantean es instaurar un régimen de sanciones conveniente en el que, de manera ejemplarizante, se impongan condenas contra todo agente que cometa infracciones que atenten de manera directa o indirecta los derechos que se le reconocen al consumidor²⁵. No se considera necesario instaurar un régimen de sanciones diferente. En países con una hiperinflación legislativa como Colombia, es más eficiente hacer efectivas las sanciones que ya están consagradas, y una vez reguladas las relaciones de consumo internacional, mantener las penalizaciones existentes pero aplicándolas en esta nueva dimensión. También es importante en este caso la cooperación con otros Estados para que, una vez encontrada la responsabilidad de un comerciante de un país diferente al que pronunció la decisión, los funcionarios del Estado donde se encuentra domiciliado dicho empresario ejecuten las medidas sancionatorias.

El caso en países como Colombia es muy preocupante, pues aparte de que no se les tutela a los consumidores internacionales ninguno de sus derechos, las propuestas que se realizan para su protección son insuficientes. Lo más importante a la hora de legislar en esta materia, es que se tengan en cuenta todos los elementos necesarios para que podamos hablar de una protección completa, a saber: primero, una normatividad que abarque todos los derechos del consumidor internacional; segundo, que esta contenga todos los elementos característicos del consumo internacional; tercero, que se haga con una mirada a las instituciones y normatividades ya existentes; cuarto, que se logre una normatividad con un ámbito de aplicación territorial lo suficientemente amplio; y quinto, que las propuestas se desarrollen utilizando de manera eficiente los recursos públicos.

Consecuencias de esta falta de protección al consumidor internacional

Dejar la distribución de los bienes y servicios al mercado genera fallas. El derecho es el encargado de corregirlas, de manera que se pueda alcanzar “la equidad y la justicia a través de la correcta redistribución de los bienes escasos”²⁶. Adicionalmente, es objetivo del derecho lograr el equilibrio “en las relaciones sociales, bien sea entre particulares, entre particulares

²⁴ *Ibíd.*

²⁵ *Ibíd.*

²⁶ Felipe Márquez Robledo, Apuntes sobre derecho económico y derecho de la competencia, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, 2005, pp 62.



con el Estado o entre Estados”²⁷. Es el Estado quien debe nivelar nuevamente las relaciones desiguales a favor del más débil.

El derecho entonces es el encargado de salvaguardar al consumidor internacional. Sin embargo, como vimos anteriormente, éste se encuentra desprotegido, lo que puede dar lugar a dos consecuencias:

La primera consecuencia consiste en que el nivel de vida de los individuos alrededor del mundo no va a aumentar, puesto que van a preferir adquirir los bienes a un precio más alto dentro de sus países donde si tienen garantizados sus derechos, que en el exterior donde tienen inseguridad jurídica. Esto lleva a que no puedan adquirir una mayor cantidad de bienes con la misma renta, o a que no van a tener la misma capacidad de ahorro que tendrían con el consumo internacional, debido a que no resultará ningún excedente de sus transacciones. En suma, no se va a ver favorecido el desarrollo económico.

La segunda consecuencia es que, siendo el derecho una herramienta para la protección de la parte débil, se estaría quedando corto. Esta situación se produce cuando los consumidores prefieren tomar el riesgo de comprar los bienes en el extranjero, aunque no tengan las suficientes garantías. De ser así; primero, los consumidores se ven desprotegidos frente a los abusos de los empresarios, debido a que la única forma de hacer valer sus derechos sería en los tribunales del domicilio del comerciante. Segundo, si decidiera tomar acción contra el vendedor, sería algo muy oneroso para el consumidor por la lejanía y preferiría desistir de sus reclamaciones por tratarse de una mínima cuantía. Esto, aparte de mostrar la insuficiencia del derecho para lograr el equilibrio en las relaciones, estaría llevando a que se le pusieran barreras muy grandes a este actor para el acceso a la justicia.

Ambas consecuencias de la falta de protección al consumidor internacional son indeseables, tanto para el derecho como para el desarrollo económico. Es por esto que se debe tomar acción para prevenirlas antes de que la cantidad de estos actores aumente. Si permitimos que esta situación se desborde podemos afirmar que, o se está dejando de lado una gran oportunidad para aumentar el desarrollo económico, o se está siendo condescendiente con los abusos por parte de los empresarios.

27 *Ibíd.* Pp. 46.



Conclusiones

El consumo internacional es clave para el desarrollo económico, pues permite mejorar el nivel de vida de los individuos. Sin embargo, esto solo podrá afirmarse si se certifica la libre competencia y el consumidor internacional tiene garantizados todos sus derechos.

A pesar de la importancia del consumidor internacional, encontramos que éste no se encuentra íntegramente protegido. Esto se debe a que no hay normatividades que resguarden todos sus derechos; y en caso de que las haya, no hay organismos que respalden el cumplimiento de estas normas.

A la hora de generar propuestas para proteger este actor, es necesario: que sean completas en el sentido de que cubran todos los derechos; que incluyan los elementos característicos del consumo internacional; que se hagan teniendo en cuenta las instituciones y normatividades ya existentes; que se busque la cooperación entre autoridades de los diferentes Estados; que ésta normatividad logre llegar a un ámbito de aplicación territorial suficientemente amplio; y que, cualquier propuesta que se realice, se implemente maximizando la eficiencia de los recursos públicos.

Es necesario generar conciencia de la falta de protección del consumidor internacional debido a las consecuencias que esto acarrea: primero, que los individuos no pueden aumentar su nivel de vida por medio del consumo internacional, desfavoreciéndose así el desarrollo económico; segundo, el derecho no está cumpliendo uno de sus objetivos fundamentales que es la protección de los más débiles, y se están poniendo grandes barreras al acceso a la justicia.



Bibliografía

Carabaugh Robert J., *Economía Internacional*, 12° Edición, México, CENGAGE Learning, 2009.

Consumers International, “A guide to developing consumers protection law”, [En línea], disponible en: <http://www.consumersinternational.org/media/715456/a-guide-to-developing-consumer-protection-law.pdf> , Consulta: 25 de Septiembre de 2013.

Diccionario de Real Academia de la Lengua, s.v “Desarrollo” Sitio Web Real Academia de la Lengua [En línea], disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=desarrollo>; consulta: 20 de Septiembre de 2013.

International Consumer Product Safety Caucus, “About the ICPSC”, Sitio Web de ICPSC, [En línea], http://www.icpsc.org/About_the_ICPSC.html, consulta: 25 de Septiembre.

International Consumer Protection and Enforcement Network, “Who we are”, Sitio Web de ICPEN, [En línea], disponible en: <http://icpen.org/for-consumer-experts/who-we-are>, consulta: 25 de Septiembre.

International Consumer Protection and Enforcement Network, “What We Do”, Sitio Web de ICPEN, [En línea], disponible en: <http://icpen.org/for-consumer-experts/what-we-do/network-activities-1> , consulta: 25 de Septiembre.

International Consumer Protection and Enforcement Network, “Consumer protection around the world”, Sitio Web de ICPEN, [En línea], disponible en: <http://icpen.org/for-consumer-experts/consumer-protection-around-the-world> , Consulta: 25 de Septiembre.

John Marangos, “What happened to the Washington Consensus? The evolution of international development policy”, en: *The Journal of Socio-Economics*, Grecia, núm. 38, 2009.

Lima Márquez Claudia, “Insufficient Consumer Protection in the Provisions of Private International Law – The Need for an Inter-American Convention (CIDIP) on the Law Applicable to Certain Contracts and Consumer Relations”, [En línea], disponible en: <http://www.oas.org/dil/AgreementsPDF/Ingles-documento%20de%20apoyo%20a%20la%20convencion%20propuesta%20por%20br%20E2%80%A6.pdf> , Consulta: 28 de Septiembre de 2013.

Márquez Robledo Felipe, *Apuntes sobre derecho económico y derecho de la competencia*, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, 2005.

Méndez Pinedo Elvira, *la protección de consumidores en la Unión Europea*, Madrid, MARCIAL PONS, 1998.



Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, Directrices, *Directrices de las Naciones Unidas para la protección al consumidor*, [En línea], disponible en: <http://es.consumersinternational.org/who-we-are/un-guidelines-on-consumer-protection#.Ukr-fEtKUbx> , consulta: 23 de Septiembre de 2013.

Ortiz López Alfonso David, Quintero Lee Jorge Andrés, “Derecho del consumidor en el marco del tratado de libre comercio con Estados Unidos de América”, [En línea], disponible en: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/644/1/80765859.pdf> , consulta: 28 de Septiembre de 2013.

Prada Alonso Javier, *Protección del consumidor y responsabilidad civil*, Madrid, MARCIAL PONS, 1998

Reyes López Maria José, et al., *Derecho privado del consumo*, Valencia, TIRANT LO BLANCH, 2005.

Smith Adam, *the wealth of nations*, Nueva York, Modern library, 1937

World Bank, “glosario”, *sitio Web del Banco Mundial*, [En línea], disponible en: <http://www.worldbank.org/depweb/beyond/beyondsp/glossary.html>, consulta: 20 de Septiembre de 2013.