Tribunal de Justicia
Revista de Investigación jurídica

ISSN: **3151-8559**

Fecha de recepción: 16/03/2025 Fecha de aceptación: 05/04/2025 Fecha de publicación: 01/05/2025

Derecho del consumidor y protección contractual: principios, mecanismos jurídicos y desafíos en mercados contemporáneos globalizados

Consumer law and contractual protection: principles, legal mechanisms, and challenges in contemporary globalized markets

Direito do consumidor e proteção contratual: princípios, mecanismos jurídicos e desafios em mercados contemporâneos globalizados

Eimy Eliana Espinoza-Guamán
: eespinozag@institutojubones.edu.ec
: https://orcid.org/0009-0005-5196-3522
Instituto Superior Tecnológico Jubones. Pasaje, Ecuador

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Espinoza-Guamán, E. E. (2025). Derecho del consumidor y protección contractual: principios, mecanismos jurídicos y desafíos en mercados contemporáneos globalizados. *Tribunal de Justicia, Revista de Investigación jurídica*. 2(2), 125-137. DOI: https://doi.org/10.51247/tj.v2i2.948

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo analizar los principios fundamentales del derecho del consumidor y examinar los mecanismos jurídicos que garantizan la protección contractual en los mercados contemporáneos. Metodológicamente, se desarrolló un estudio cualitativo de carácter jurídico-doctrinal basado en el análisis documental de literatura científica, normativa y doctrinal especializada. Para ello, se emplearon los métodos analítico-sintético y hermenéutico, permitiendo interpretar los fundamentos jurídicos que sustentan la tutela de los consumidores frente a situaciones de asimetría informativa y desequilibrio contractual. Los resultados evidencian que el derecho del consumidor se ha consolidado como una disciplina jurídica orientada a corregir las desigualdades existentes entre consumidores y proveedores. Asimismo, se identificó que los principios de protección del consumidor, buena fe, información y equilibrio contractual constituyen los pilares fundamentales del sistema de tutela jurídica. Del mismo modo, se determinó que mecanismos como el control de cláusulas abusivas, el derecho de información, el derecho de retracto y las garantías legales representan instrumentos esenciales para garantizar relaciones contractuales más equitativas. Se concluye que la protección contractual del consumidor constituye un elemento indispensable para asegurar la transparencia, la confianza y la seguridad jurídica en los mercados modernos. Además, los procesos de digitalización y globalización exigen la actualización permanente de los marcos regulatorios y el fortalecimiento de las políticas públicas destinadas a garantizar una protección efectiva frente a los nuevos desafíos del entorno económico contemporáneo.

Palabras clave: derecho del consumidor, protección contractual, equilibrio contractual, relaciones de consumo.

Abstract

This research aimed to analyze the fundamental principles of consumer law and examine the legal mechanisms that ensure contractual protection in contemporary markets. Methodologically, a qualitative legal-doctrinal study was conducted based on the documentary analysis of specialized scientific, legal, and doctrinal sources. Analytical-synthetic and hermeneutic methods were applied to interpret the legal foundations supporting consumer protection against information asymmetry and contractual imbalance. The findings revealed that consumer law has become a consolidated legal discipline aimed at correcting inequalities between consumers and suppliers. The study also identified that the principles of consumer protection, good faith, information, and contractual balance constitute the fundamental pillars of the consumer protection system. Furthermore, mechanisms such as the control of unfair contract terms, the right to information, the right of withdrawal, and legal guarantees were found to be essential instruments for ensuring fairer contractual relationships. The study concludes that contractual consumer protection is a fundamental element for promoting transparency, trust, and legal certainty in modern markets. Moreover, the ongoing processes of digitalization and market globalization require the continuous adaptation of regulatory frameworks and the strengthening of public policies designed to guarantee effective consumer protection against emerging challenges in the contemporary economic environment.

Keywords: consumer law, contractual protection, contractual balance, consumer relations.

Resumo

A presente pesquisa teve como objetivo analisar os princípios fundamentais do direito do consumidor e examinar os mecanismos jurídicos que garantem a proteção contratual nos mercados contemporâneos. Metodologicamente, foi desenvolvido um estudo qualitativo de natureza jurídico-doutrinária, fundamentado na análise documental de literatura científica, normativa e doutrinária especializada. Para isso, foram utilizados os métodos analítico-sintético e hermenêutico, permitindo interpretar os fundamentos jurídicos que sustentam a tutela dos consumidores diante da assimetria informacional e do desequilíbrio contratual. Os resultados demonstraram que o direito do consumidor se consolidou como uma disciplina jurídica voltada à correção das desigualdades existentes entre consumidores e fornecedores. Além disso, verificou-se que os princípios da proteção do consumidor, da boa-fé, da informação e do equilíbrio contratual constituem os pilares fundamentais do sistema de tutela jurídica. Da mesma forma, identificou-se que mecanismos como o controle de cláusulas abusivas, o direito à informação, o direito de arrependimento e as garantias legais representam instrumentos essenciais para assegurar relações contratuais mais equilibradas. Conclui-se que a proteção contratual do consumidor constitui um elemento indispensável para garantir transparência, confiança e segurança jurídica nos mercados modernos. Além disso, os processos de digitalização e globalização exigem a atualização permanente dos marcos regulatórios e o fortalecimento das políticas públicas destinadas a assegurar uma proteção efetiva diante dos novos desafios do ambiente econômico contemporâneo.

Palavras-chave: direito do consumidor, proteção contratual, equilíbrio contratual, relações de consumo.

Introducción

El derecho del consumidor ha experimentado una evolución significativa durante las últimas décadas como respuesta a las transformaciones económicas, tecnológicas y sociales que han redefinido las relaciones de intercambio en los mercados contemporáneos. Tradicionalmente, los contratos se sustentaban en el principio de autonomía de la voluntad y en la presunción de igualdad jurídica entre las partes. Sin embargo, la expansión de los mercados masivos, la

producción en serie y la contratación estandarizada evidenciaron que los consumidores ocupan una posición de vulnerabilidad frente a los proveedores. En este contexto, el derecho del consumidor surgió como una disciplina destinada a corregir tales desequilibrios y garantizar relaciones contractuales más justas y equitativas. Según Stiglitz (1992), esta rama jurídica constituye un instrumento fundamental para equilibrar las relaciones de consumo mediante la protección de la parte más débil del vínculo contractual.

La consolidación del derecho del consumidor responde a un proceso histórico vinculado al reconocimiento progresivo de derechos económicos y sociales. Como señala Piris (2000), la protección del consumidor evolucionó desde una concepción centrada exclusivamente en la libertad contractual hacia un modelo orientado a la tutela efectiva de derechos fundamentales relacionados con la información, la seguridad, la salud y la reparación de daños. Esta transformación ha sido impulsada por la creciente complejidad de los mercados y por la necesidad de establecer mecanismos normativos capaces de responder a nuevas formas de contratación. De igual manera, Grez (2015) sostiene que el desarrollo doctrinal y legislativo de esta disciplina refleja la preocupación por garantizar condiciones mínimas de justicia en escenarios caracterizados por profundas desigualdades económicas y técnicas.

Uno de los principales fundamentos que justifican la existencia del derecho del consumidor es la asimetría existente entre proveedores y consumidores. Dicha asimetría se manifiesta especialmente en el acceso a la información, el conocimiento técnico de los productos o servicios y la capacidad de negociación contractual. Rodríguez García (2008) explica que la protección al consumidor encuentra su razón de ser en la presencia de fallas de mercado derivadas de la desigual distribución de información entre las partes. En muchas ocasiones, los consumidores carecen de los conocimientos necesarios para evaluar adecuadamente los riesgos, características o consecuencias de las transacciones que realizan, mientras que los proveedores poseen información privilegiada que puede influir decisivamente en la contratación.

La problemática adquiere una dimensión aún más compleja en los mercados contemporáneos, caracterizados por la digitalización de las relaciones comerciales, el comercio electrónico y el uso de contratos de adhesión. En estos escenarios, el consumidor suele limitarse a aceptar condiciones previamente establecidas por el proveedor, sin posibilidad real de negociación. Salas Valderrama (2010) destaca que la asimetría informativa no solo afecta la formación del consentimiento contractual, sino que también puede comprometer el ejercicio efectivo de los derechos del consumidor. Como consecuencia, surgen situaciones de desequilibrio contractual que pueden traducirse en cláusulas abusivas, limitaciones injustificadas de derechos o prácticas comerciales contrarias a la buena fe.

El desequilibrio contractual constituye, por tanto, uno de los desafíos más relevantes para la regulación de las relaciones de consumo. Castro Vitores (2014) señala que las cláusulas abusivas representan una manifestación concreta de dicho desequilibrio, ya que permiten al proveedor imponer condiciones desproporcionadas que afectan los intereses legítimos del consumidor. Desde una perspectiva económica, De Vroey (2000) sostiene que los mercados no siempre alcanzan situaciones de equilibrio eficiente, especialmente cuando existen diferencias significativas de poder económico e informativo entre los agentes participantes. Esta realidad exige la intervención del ordenamiento jurídico para restablecer condiciones razonables de justicia contractual y garantizar la protección efectiva de los consumidores.

La necesidad de fortalecer la protección jurídica del consumidor se justifica por la importancia de preservar la confianza en los mercados y promover relaciones económicas sostenibles. Martínez Molina (2005) sostiene que la tutela jurídica del consumidor constituye un elemento esencial para asegurar el funcionamiento adecuado del sistema económico, ya que contribuye a prevenir conflictos y fortalecer la seguridad jurídica. Asimismo, Álvarez Moreno (2015) afirma que las normas imperativas de protección al consumidor cumplen una función

correctiva indispensable frente a las limitaciones del principio clásico de libertad contractual, especialmente en contextos donde la desigualdad entre las partes resulta evidente.

En virtud de estas consideraciones, la presente investigación tiene como objetivo analizar los principios fundamentales del derecho del consumidor y examinar los mecanismos jurídicos que garantizan la protección contractual en los mercados contemporáneos. Para alcanzar este propósito, se plantean las siguientes preguntas de investigación: ¿cuáles son los principios que sustentan el derecho del consumidor como disciplina jurídica especializada? y ¿qué mecanismos normativos e institucionales garantizan la protección contractual frente a los riesgos derivados de la asimetría informativa y el desequilibrio contractual? La respuesta a estas interrogantes permitirá comprender el alcance actual de la tutela jurídica del consumidor y los desafíos que enfrenta en un entorno económico cada vez más complejo y dinámico.

Metodología

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo de carácter jurídico-doctrinal, orientado al análisis de los principios fundamentales del derecho del consumidor y de los mecanismos de protección contractual aplicables en los mercados contemporáneos. Este enfoque permitió examinar críticamente las instituciones jurídicas relacionadas con la tutela del consumidor, considerando su evolución conceptual, normativa y doctrinal. Según Martínez Zorrilla (2010), la metodología jurídica constituye una herramienta esencial para la comprensión, interpretación y argumentación de los fenómenos normativos, especialmente cuando se pretende evaluar la eficacia de las normas frente a problemáticas sociales complejas.

El método empleado fue el análisis jurídico-documental, sustentado en la revisión sistemática de fuentes doctrinales, normativas y bibliográficas especializadas vinculadas al derecho del consumidor. Se recopilaron y examinaron textos académicos, estudios doctrinales y aportes teóricos relevantes con el propósito de identificar los fundamentos jurídicos que justifican la protección del consumidor frente a situaciones de asimetría informativa y desequilibrio contractual. En este sentido, Von Savigny (2024) destaca que la investigación jurídica requiere una interpretación rigurosa de las fuentes del derecho para comprender adecuadamente la función de las instituciones jurídicas dentro de la realidad social.

Asimismo, se aplicó el método analítico-sintético para descomponer los principales elementos que integran las relaciones de consumo y posteriormente integrarlos en una visión sistemática de la protección contractual. De manera complementaria, se utilizó el método hermenéutico para interpretar los principios jurídicos que orientan la tutela del consumidor y su aplicación en los distintos contextos de contratación. Conforme señala Lamego (2023), la metodología jurídica contemporánea exige combinar técnicas de interpretación y análisis crítico para comprender el alcance de las normas y su impacto práctico. Finalmente, la investigación adoptó una perspectiva descriptiva y explicativa, permitiendo identificar los desafíos actuales que enfrenta la protección contractual del consumidor en mercados cada vez más dinámicos y complejos, en concordancia con los planteamientos metodológicos expuestos por Wilhelm (2018).

Desarrollo

Derecho del consumidor

El derecho del consumidor constituye una rama especializada del ordenamiento jurídico destinada a regular las relaciones de consumo y a proteger a quienes adquieren bienes o servicios para satisfacer necesidades personales o familiares. Su desarrollo responde a la necesidad de equilibrar las relaciones jurídicas establecidas entre consumidores y proveedores, especialmente en contextos caracterizados por desigualdades económicas, técnicas e informativas. Flass (2017) señala que la noción de consumidor representa el

elemento central sobre el cual se construye todo el sistema de protección jurídica destinado a corregir las asimetrías existentes en el mercado.

La delimitación conceptual del consumidor ha generado importantes debates doctrinales debido a la diversidad de criterios adoptados por los distintos ordenamientos jurídicos. Ossa Gómez (2013) sostiene que la definición legal de consumidor debe considerar tanto la finalidad de la adquisición como la posición de vulnerabilidad que ocupa frente al proveedor. Desde una perspectiva comparada, Garzino (2020) destaca que la identificación de la condición de consumidor permite determinar el ámbito de aplicación de las normas protectoras y delimitar los derechos específicos que le son reconocidos.

Por su parte, Villalba Cuéllar (2009) explica que el derecho comparado ha evolucionado hacia una interpretación amplia del concepto de consumidor, incorporando criterios funcionales que privilegian la finalidad económica de la transacción. Esta tendencia ha fortalecido los mecanismos de tutela jurídica y ha contribuido a consolidar un régimen normativo orientado a garantizar condiciones más equitativas en las relaciones contractuales.

Evolución histórica

La evolución histórica del derecho del consumidor se encuentra estrechamente vinculada a las transformaciones económicas derivadas de la industrialización, la producción masiva y el crecimiento de los mercados de consumo. Durante gran parte del siglo XIX y principios del XX predominó una visión liberal basada en la autonomía de la voluntad y la libertad contractual. Sin embargo, la expansión de los mercados evidenció la insuficiencia de estos principios para proteger a los consumidores frente a prácticas comerciales abusivas.

De acuerdo con Cenizo (2022), los cambios producidos en las dinámicas de comercialización y comunicación empresarial generaron nuevos desafíos para la regulación jurídica de las relaciones de consumo. Paralelamente, Molinari (2021) señala que la evolución de las estrategias de marketing y segmentación de mercados incrementó la necesidad de establecer mecanismos legales destinados a garantizar la transparencia y la protección de los consumidores frente a posibles situaciones de manipulación o engaño.

Finalidad protectora

La finalidad esencial del derecho del consumidor consiste en garantizar la protección de los intereses económicos, jurídicos y sociales de quienes participan en el mercado desde una posición de vulnerabilidad. Esta función protectora busca corregir las desigualdades estructurales que caracterizan las relaciones de consumo mediante la imposición de obligaciones especiales a los proveedores y el reconocimiento de derechos específicos a los consumidores.

Desantes-Guanter (1991) sostiene que la legislación protectora de los consumidores tiene como propósito principal asegurar que la publicidad, la información comercial y las prácticas empresariales respeten criterios de veracidad y transparencia. Asimismo, Espinoza y Rivas Alberti (2019) destacan que la protección de los derechos de los consumidores constituye una función esencial del Estado, la cual se materializa mediante mecanismos administrativos y jurisdiccionales destinados a garantizar el cumplimiento efectivo de la normativa vigente.

Principios del derecho del consumidor

Protección del consumidor

El principio de protección del consumidor constituye el eje fundamental sobre el cual se estructura esta disciplina jurídica. Dicho principio reconoce que los consumidores suelen encontrarse en una posición de inferioridad frente a los proveedores debido a factores económicos, técnicos e informativos que limitan su capacidad de negociación y decisión.

Tirado Barrera (2021) afirma que la protección del consumidor implica el establecimiento de medidas normativas orientadas a garantizar la seguridad, la información adecuada y la defensa efectiva de sus derechos. De manera complementaria, Chamie (2013) sostiene que este principio orienta la interpretación de las normas de consumo y legitima la intervención estatal destinada a corregir las fallas existentes en el mercado.

Buena fe

La buena fe constituye uno de los principios generales más relevantes en las relaciones de consumo. Su aplicación exige que tanto consumidores como proveedores actúen con honestidad, lealtad y transparencia durante todas las etapas de la relación contractual, desde la fase precontractual hasta la ejecución del contrato.

Aristizábal (2013) destaca que las declaraciones publicitarias generan expectativas legítimas que deben integrarse al contenido contractual en virtud del principio de buena fe. Por su parte, Espinoza (2011) señala que este principio opera como un criterio interpretativo y correctivo destinado a garantizar comportamientos jurídicamente aceptables y compatibles con la confianza legítima que debe existir entre las partes.

Información

El derecho a la información constituye una herramienta esencial para reducir las asimetrías existentes entre proveedores y consumidores. La información adecuada permite que los consumidores adopten decisiones racionales y conscientes respecto de los bienes o servicios que adquieren, fortaleciendo así su capacidad de participación en el mercado.

Según De la Maza Gazmuri (2010), los deberes precontractuales de información representan una de las principales técnicas de protección del consumidor en los sistemas jurídicos contemporáneos. De igual manera, Izquierdo Carrasco (2023) sostiene que la transparencia informativa contribuye a fortalecer la confianza en las relaciones comerciales y favorece la construcción de mercados más eficientes y competitivos.

Equilibrio contractual

El principio de equilibrio contractual busca garantizar que las obligaciones y derechos derivados del contrato se distribuyan de manera razonable entre las partes. Su finalidad consiste en evitar situaciones de abuso derivadas de diferencias significativas de poder económico o capacidad de negociación.

Bastante Granell (2016) explica que el solidarismo contractual ha contribuido a redefinir la función social del contrato, promoviendo una visión más equilibrada de las relaciones jurídicas. En el contexto digital, Mera Canché (2025) destaca que la proliferación de contratos de adhesión y cláusulas predispuestas exige mecanismos de control orientados a preservar la transparencia y la equidad contractual.

Relación de consumo

Sujetos: consumidor y proveedor

La relación de consumo se configura a partir de la interacción entre consumidor y proveedor. El consumidor es quien adquiere bienes o servicios para satisfacer necesidades personales, mientras que el proveedor desarrolla actividades económicas destinadas a la producción, distribución o comercialización de dichos bienes o servicios.

De la Maza-Gazmuri y López-Díaz (2021) señalan que las responsabilidades del proveedor adquieren especial relevancia cuando la información suministrada resulta insuficiente o errónea. Asimismo, Rial Boubeta et al. (2000) destacan que la relación entre consumidores y empresas se encuentra estrechamente vinculada con la confianza y el valor percibido de las marcas en el mercado.

Objeto de la relación

El objeto de la relación de consumo está constituido por los bienes y servicios que son ofrecidos e intercambiados dentro del mercado. La calidad, idoneidad y seguridad de estos elementos representan factores esenciales para la satisfacción de las expectativas legítimas del consumidor.

Alen González y Fraiz Brea (2006) sostienen que la calidad del servicio constituye un componente determinante en la satisfacción del consumidor y en la percepción de valor generada por la relación comercial. En consecuencia, la regulación jurídica busca garantizar estándares mínimos de calidad que permitan proteger adecuadamente los intereses de los usuarios.

Contratos de consumo

Los contratos de consumo constituyen el instrumento jurídico mediante el cual se formalizan las relaciones entre consumidores y proveedores. A diferencia de los contratos tradicionales, estos acuerdos suelen caracterizarse por la utilización de cláusulas predispuestas y por la ausencia de negociación individual.

Duque Pérez (2008) sostiene que el contrato de consumo representa una evolución del concepto clásico de contrato, incorporando elementos de protección destinados a compensar las desigualdades existentes entre las partes. Esta transformación ha favorecido el desarrollo de mecanismos específicos orientados a garantizar la transparencia y la equidad contractual.

Mecanismos de protección contractual

Control de cláusulas abusivas

El control de cláusulas abusivas constituye uno de los mecanismos más importantes de protección contractual. Su finalidad consiste en impedir la incorporación de estipulaciones que generen desequilibrios injustificados en perjuicio del consumidor.

Moreno Herrera (2014) sostiene que la revisión judicial y administrativa de los contratos de adhesión permite identificar y eliminar cláusulas incompatibles con los principios de buena fe y equilibrio contractual. Este mecanismo fortalece la seguridad jurídica y promueve relaciones de consumo más equitativas.

Derecho de información

El derecho a la información garantiza que los consumidores reciban datos claros, suficientes y comprensibles acerca de los productos o servicios ofrecidos en el mercado. La efectividad de este derecho constituye un requisito indispensable para la formación válida del consentimiento contractual.

Muñoz Cortina (2012) destaca que la información adecuada permite reducir la vulnerabilidad del consumidor y fortalece su capacidad para ejercer sus derechos de manera efectiva. Asimismo, contribuye a prevenir conflictos derivados de expectativas erróneas o engañosas.

Derecho de retracto

El derecho de retracto permite al consumidor desistir unilateralmente de determinadas contrataciones dentro de plazos legalmente establecidos. Este mecanismo adquiere especial relevancia en el comercio electrónico y en las ventas realizadas fuera de establecimientos comerciales.

Pabón Almanza y Mora Ramírez (2014) sostienen que el derecho de retracto constituye una garantía orientada a proteger la libertad de elección del consumidor. No obstante, advierten que su ejercicio debe realizarse dentro de límites razonables para evitar situaciones de abuso que puedan afectar la seguridad jurídica de las relaciones comerciales.

Garantías legales

Las garantías legales aseguran que los bienes y servicios ofrecidos cumplan con las condiciones de calidad, funcionamiento e idoneidad prometidas al consumidor. Estas garantías representan una manifestación concreta del deber de protección asumido por el proveedor.

Supo Calderón y Bazán Vásquez (2020) destacan que el deber de información y el estándar de razonabilidad desempeñan un papel fundamental en la determinación del alcance de las garantías implícitas reconocidas al consumidor. Su adecuada aplicación fortalece la confianza en el mercado y contribuye a la protección efectiva de los usuarios.

Intervención del Estado

La intervención estatal constituye un componente esencial del sistema de protección al consumidor. Fernández (1998) señala que la regulación de los mercados busca corregir fallas estructurales y garantizar condiciones adecuadas de competencia. Esta función reguladora se complementa con la actuación de autoridades administrativas encargadas de supervisar el cumplimiento de las normas de consumo.

Barturén Llanos (2020) destaca que las autoridades de control desempeñan un papel decisivo en la prevención y sanción de prácticas abusivas. Paralelamente, las políticas públicas orientadas a la protección del consumidor han incorporado aportes de la economía conductual para comprender mejor los procesos de decisión de los individuos. En este sentido, Kosciuczyk (2012) sostiene que dichas herramientas permiten diseñar intervenciones más eficaces para promover conductas de consumo responsables y racionales.

Desafíos contemporáneos

Los avances tecnológicos han transformado profundamente las relaciones de consumo, generando nuevos desafíos para la protección jurídica de los consumidores. El comercio electrónico ha ampliado las posibilidades de acceso a bienes y servicios, pero también ha incrementado los riesgos asociados a la contratación a distancia. Torres Castañeda y Guerra Zavala (2012) señalan que estas modalidades exigen mecanismos específicos de protección adaptados a los entornos digitales.

Asimismo, el crecimiento de las plataformas digitales ha modificado las formas tradicionales de interacción entre consumidores y proveedores. Kotler et al. (2019) sostienen que el consumidor digital participa en ecosistemas cada vez más complejos donde la información, la reputación y los datos personales adquieren un valor estratégico. En este contexto, la protección de datos personales se ha convertido en una prioridad regulatoria. Monsalve Caballero (2017) destaca que la seguridad de la información constituye un elemento indispensable para garantizar la confianza en los contratos electrónicos.

Finalmente, la globalización de los mercados ha ampliado las oportunidades de intercambio comercial, pero también ha generado desafíos relacionados con la diversidad normativa y la protección transfronteriza de los consumidores. Alonso Benito (2007) sostiene que los procesos de globalización han transformado las prácticas de consumo y han incrementado la necesidad de desarrollar mecanismos internacionales de cooperación que permitan garantizar una protección efectiva en un entorno económico cada vez más interconectado.

Discusión

Los hallazgos del presente estudio permiten confirmar que el derecho del consumidor se ha consolidado como una disciplina jurídica indispensable para garantizar el equilibrio en las relaciones de consumo contemporáneas. La evolución normativa observada evidencia una transición desde modelos contractuales basados exclusivamente en la autonomía de la voluntad hacia sistemas jurídicos orientados a la protección de la parte más vulnerable de la relación jurídica. En concordancia con lo señalado por Stiglitz (1992) y Grez (2015), esta

transformación responde a la necesidad de corregir las desigualdades estructurales presentes en mercados caracterizados por una creciente complejidad económica y tecnológica.

Uno de los aspectos más relevantes identificados en la investigación se relaciona con la persistencia de las asimetrías informativas entre consumidores y proveedores. Los resultados obtenidos coinciden con los planteamientos de Rodríguez García (2008) y Salas Valderrama (2010), quienes sostienen que la desigual distribución de información constituye una de las principales justificaciones para la existencia de mecanismos especiales de protección jurídica. En este sentido, el derecho a la información emerge como una herramienta fundamental para fortalecer la capacidad de decisión del consumidor y reducir los riesgos asociados a contrataciones realizadas en condiciones de inferioridad cognitiva o técnica.

Asimismo, el análisis realizado demuestra que los principios de buena fe, protección del consumidor e información constituyen pilares esenciales para la interpretación y aplicación de las normas de consumo. Los planteamientos de Chamie (2013) permiten comprender que estos principios no solo cumplen una función orientadora, sino que también actúan como criterios correctivos frente a posibles abusos contractuales. De manera similar, Espinoza (2011) destaca que la buena fe opera como un estándar jurídico que exige conductas transparentes y leales por parte de los proveedores, contribuyendo a fortalecer la confianza en las relaciones comerciales y a prevenir conflictos derivados de prácticas desleales.

Los resultados también ponen de manifiesto la relevancia del equilibrio contractual como objetivo central de la regulación de consumo. La proliferación de contratos de adhesión y de cláusulas predispuestas ha incrementado los riesgos de imposición de condiciones abusivas, especialmente en entornos digitales. Esta situación coincide con las observaciones de Castro Vitores (2014) y Bastante Granell (2016), quienes sostienen que la intervención jurídica resulta necesaria para evitar que las diferencias de poder económico y capacidad de negociación generen desequilibrios incompatibles con los principios de justicia contractual. En consecuencia, el control de cláusulas abusivas se configura como uno de los mecanismos más eficaces para garantizar la protección efectiva de los consumidores.

Por otra parte, la investigación evidencia que la intervención del Estado continúa desempeñando un papel determinante en la protección de los derechos de los consumidores. Los aportes de Fernández (1998) permiten comprender que la regulación de mercados constituye una respuesta institucional frente a las limitaciones del libre mercado para garantizar relaciones contractuales equilibradas. De igual manera, Barturén Llanos (2020) resalta la importancia de las autoridades de control en la supervisión y sanción de conductas contrarias a la normativa de consumo. Estos elementos confirman que la protección del consumidor no depende exclusivamente de mecanismos privados, sino también de la existencia de instituciones públicas capaces de asegurar el cumplimiento efectivo de las disposiciones legales.

Un aspecto particularmente relevante de la discusión se relaciona con los desafíos derivados de la transformación digital de los mercados. El crecimiento del comercio electrónico y de las plataformas digitales ha generado nuevas formas de interacción económica que superan los esquemas tradicionales de contratación. Los planteamientos de Torres Castañeda y Guerra Zavala (2012) muestran que la contratación electrónica incrementa los riesgos vinculados a la falta de información, la dificultad para verificar la identidad de los proveedores y la complejidad de los mecanismos de reclamación. A ello se suma la creciente importancia de los datos personales como recurso económico estratégico dentro de los ecosistemas digitales.

En este contexto, la protección de los datos personales emerge como una dimensión inseparable de la tutela moderna del consumidor. Los hallazgos obtenidos respaldan las afirmaciones de Monsalve Caballero (2017), quien sostiene que la seguridad y el tratamiento adecuado de la información personal constituyen requisitos esenciales para garantizar la confianza en las relaciones comerciales digitales. Asimismo, las reflexiones de Kotler et al.

(2019) permiten comprender que el consumidor contemporáneo interactúa en entornos altamente digitalizados donde las decisiones de consumo son influenciadas por algoritmos, plataformas y sistemas de análisis de datos cada vez más sofisticados.

Finalmente, los resultados sugieren que la globalización económica plantea desafíos adicionales para la protección contractual de los consumidores. Tal como sostiene Alonso Benito (2007), la expansión de los mercados transnacionales ha incrementado la necesidad de armonizar criterios regulatorios y fortalecer los mecanismos de cooperación internacional. En consecuencia, la protección efectiva del consumidor exige una actualización permanente de los marcos normativos, así como el desarrollo de estrategias regulatorias capaces de responder a las dinámicas cambiantes de los mercados globales y digitales, preservando los principios de transparencia, equidad y seguridad jurídica que sustentan el derecho del consumidor contemporáneo.

Conclusiones

El estudio permitió constatar que el derecho del consumidor constituye una de las áreas más dinámicas y relevantes del derecho contemporáneo, debido a su función de equilibrar las relaciones jurídicas establecidas entre consumidores y proveedores. La investigación evidenció que esta disciplina ha evolucionado desde una visión centrada en la autonomía de la voluntad hacia un modelo jurídico orientado a la protección efectiva de la parte más vulnerable de la relación de consumo. Esta transformación responde a la necesidad de enfrentar las asimetrías informativas, económicas y técnicas que caracterizan los mercados modernos.

Asimismo, se concluye que los principios de protección del consumidor, buena fe, información y equilibrio contractual constituyen los fundamentos esenciales sobre los cuales se estructura el sistema de tutela jurídica del consumidor. Estos principios no solo orientan la interpretación de las normas aplicables, sino que también permiten corregir situaciones de desigualdad que podrían afectar la validez y justicia de las relaciones contractuales. Su aplicación contribuye a fortalecer la transparencia, la confianza y la seguridad jurídica dentro del mercado.

La investigación también permitió identificar que los mecanismos de protección contractual, tales como el control de cláusulas abusivas, el derecho a la información, el derecho de retracto y las garantías legales, representan instrumentos fundamentales para garantizar el ejercicio efectivo de los derechos de los consumidores. Estos mecanismos han demostrado ser herramientas jurídicas eficaces para prevenir prácticas abusivas, reducir los riesgos derivados de la contratación masiva y promover relaciones contractuales más equilibradas y justas.

Finalmente, se concluye que los procesos de digitalización y globalización de los mercados plantean nuevos desafíos para la protección del consumidor. El crecimiento del comercio electrónico, el uso intensivo de plataformas digitales y la creciente relevancia de los datos personales exigen una actualización permanente de los marcos regulatorios y de las políticas públicas de protección. En consecuencia, el fortalecimiento de la cooperación institucional, la adaptación normativa y la promoción de una cultura de consumo informada constituyen elementos indispensables para garantizar una tutela efectiva de los consumidores en los mercados contemporáneos y futuros.

Limitaciones del estudio

La presente investigación se desarrolló a partir de un enfoque jurídico-doctrinal sustentado en la revisión y análisis de fuentes bibliográficas especializadas. En consecuencia, sus resultados se circunscriben al ámbito teórico y normativo del derecho del consumidor, sin incorporar evidencia empírica derivada de estudios de campo, análisis jurisprudenciales extensivos o evaluación de casos específicos en distintos contextos nacionales.

Estudios futuros

Se recomienda que futuras investigaciones incorporen metodologías empíricas y comparadas que permitan evaluar la efectividad práctica de los mecanismos de protección contractual en diferentes sistemas jurídicos. Asimismo, resulta pertinente profundizar en los desafíos asociados al comercio electrónico, la inteligencia artificial, la protección de datos personales y las nuevas formas de contratación digital que continúan transformando las relaciones de consumo a nivel global.

Reconocimientos

La autora expresa su sincero agradecimiento a los especialistas en derecho del consumidor y derecho contractual que, mediante sus observaciones, recomendaciones y aportes académicos, contribuyeron al fortalecimiento conceptual y metodológico de esta investigación. De igual manera, se reconoce el valioso apoyo de los colegas investigadores y profesionales del ámbito jurídico que participaron en los espacios de discusión académica, cuyos comentarios enriquecieron el análisis desarrollado. Finalmente, se agradece a las instituciones académicas y centros de investigación que promueven el estudio y la difusión del conocimiento científico en materia de protección de los consumidores y regulación de los mercados contemporáneos.

Declaración de conflicto de interés

La autora declara que no existe ningún conflicto de interés de carácter personal, profesional, académico, financiero o institucional que pueda haber influido en el desarrollo, análisis, interpretación de resultados o publicación de la presente investigación.

Referencias

Alen González, M., & Fraiz Brea, J. (2006). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor. Su evaluación en el ámbito del turismo termal. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, *12*(1), 251-272.

Alonso Benito, L. E. (2007). La globalización y el consumidor: reflexiones generales desde la sociología del consumo. *Mediterráneo económico*, (11), 37-56.

Álvarez Moreno, M. T. (2015). La protección jurídica del consumidor en la contratación en general: normas imperativas y pactos al respecto. *Editorial Reus,* https://www.torrossa.com/en/resources/an/4402727

Aristizábal, J. I. (2013). Declaraciones Publicitarias y la Integración de las Obligaciones Que de Ellas Emanan al Contenido del Contrato con el Consumidor; Una Aplicacion del Principio de Buena fe Que Resulta Exigible a la Totalidad de las Relaciones Contractuales, Las. *Rev. E-Mercatoria*, *12*, 1.

Barturén Llanos, T. D. (2020). El control de las cláusulas abusivas en el Código de Protección y defensa del consumidor. *IUS: Revista De investigación De La Facultad De Derecho*, *1*(1), 49-63. https://doi.org/10.35383/ius-usat.v1i1.415

Bastante Granell, V. (2016). La doctrina del "solidarismo contractual" y la quiebra del consumidor. *Anuario de derecho concursal*, (39), 203-246.

Castro Vitores, G. D. (2014). Reflexiones de actualidad acerca de desequilibrio contractual y cláusulas abusivas. *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, (746), 2827-a.

Cenizo, C. (2022). Neuromarketing: concepto, evolución histórica y retos. *Icono14*, *20*(1), 11.

Chamie, J. F. (2013). Principios, derechos y deberes en el derecho colombiano de protección al consumidor. *Revista de derecho privado*, (24), 115-132.

De la Maza Gazmuri, I. (2010). El suministro de información como técnica de protección de los consumidores: los deberes precontractuales de información. *Revista de derecho (Coquimbo)*, *17*(2), 21-52.

de la Maza-Gazmuri, I., & López-Díaz, P. (2021). La publicidad errónea: ¿un problema de excusabilidad del proveedor o de recognoscibilidad del consumidor?. *Revista chilena de derecho privado*, (36), 9-39.

De Vroey, M. (2000). Equilibrio y desequilibrio en la teoría económica: una confrontación de las concepciones clásica, marshalliana y walras-hicksiana. *Análisis económico*, *15*(31), 59-86.

Desantes-Guanter, J. M. (1991). La Ley General de Publicidad y la legislación protectora de los consumidores. *Communication & Society*, *4*(1-2), 67-82.

Duque Pérez, A. (2008). Una revisión del concepto clásico de contrato. Aproximación al contrato de consumo. *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, *38*(109), 453-479.

Espinoza, A., & Rivas Alberti, J. (2019). Las funciones administrativas y jurisdiccionales y la protección de los derechos de los consumidores. Análisis de la sentencia del Tribunal Constitucional bajo el Rol N° 4012-17. *Revista de derecho (Valparaíso)*, (53), 233-262.

Espinoza, J. (2011). El principio de la buena fe. *Revista Advocatus*, 24245-260.

Fernández, F. (1998). Nueva Ley del Consumidor: innovaciones y limitaciones. *Revista Perspectivas en Política, Economía y Gestión*, *1*(2), 107-126.

Flass, G. (2017). El concepto de consumidor. *Anuario de Derecho Civil*, (12), 1-63.

Garzino, M. C. (2020). Definición legal y supuestos controvertidos de la condición de consumidor: análisis comparado de los derechos español y argentino. Universitat Pompeu Fabra. https://hdl.handle.net/10803/670044

Grez, P. R. (2015). *Derecho del consumidor: estudio crítico*. Thomson Reuters.

Izquierdo Carrasco, F. A. (2023). *Técnicas de información y atención al cliente/consumidor. COMT0110*. IC Editorial.

Kosciuczyk, V. (2012). El aporte de la economía conductual o Behavioural Economics a las políticas públicas: una aproximación al caso del consumidor real. *Palermo Business Review*, *7*, 23-40.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital. *Marketing*, *4*.

Lamego, J. (2023). *Elementos de metodologia jurídica*. Almedina.

Martínez Molina, D. (2005). La protección jurídica al consumidor y su alternativa: el arbitraje de consumo. http://hdl.handle.net/10644/2470

Martínez Zorrilla, D. (2010). *Metodología jurídica y argumentación*. Marcial Pons.

Mera Canché, J. A. (2025). *Equilibrio contractual y trasparencia en la era digital: análisis de las cláusulas leoninas en los contratos de adhesión* [Tesis de Grado, PUCE - Ibarra, Ecuador]. https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/45616

Molinari, C. A. (2021). La evolución histórica de las ideas en marketing: una revisión crítica. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, *1*(5), 141-158.

Monsalve Caballero, V. (2017). La protección de datos de carácter personal en los contratos electrónicos con consumidores: análisis de la legislación colombiana y de los principales referentes europeos. *Prolegómenos*, *20*(39), 163-195.

Moreno Herrera, M. M. (2014). Control de cláusulas abusivas en el contrato de adhesión con el consumidor fiduciario. *Universitas estudiantes*, (11), 331-353.

Muñoz Cortina, S. H. (2012). El derecho a la información en la esfera de protección del consumidor. *Diálogos De Derecho Y Política*, (9), 112–131. Recuperado a partir de https://revistas.udea.edu.co/index.php/derypol/article/view/12326

Ossa Gómez, D. (2013). Definición, delimitación y análisis del ámbito de aplicación del nuevo Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011). *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, *43*(118), 407-441.

Pabón Almanza, C., & Mora Ramírez, A. (2014). Límites al ejercicio abusivo del derecho de retracto: Inconstitucionalidad en la sobreprotección del consumidor. *Con-texto*, *41*, 67.

Piris, C. R. (2000). Evolución de los derechos del consumidor. *Comunicaciones científicas y Tecnológicas*. UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE

Rial Boubeta, A., Varela Mallou, J., Breña Tobío, T., & Levy Mangin, J. P. (2000). El valor de la marca a partir de su relación con el consumidor. *Psicothema*, *12*(2), 247-254.

Rodríguez García, G. M. (2008). ¿Asimetría informativa o desigualdad en el mercado?: apuntes sobre el verdadero rol de la protección al consumidor. *Foro Jurídico*, (08), 113-119.

Salas Valderrama, R. A. (2010). Algunos apuntes y reflexiones sobre la Tutela de los derechos de los consumidores y la Asimetría Informativa en el mercado. *Foro jurídico*, (11), 182-193.

Stiglitz, G. A. (1992). *Derecho del consumidor*. Editorial Juris.

Supo Calderón, D., & Bazán Vásquez, V. H. (2020). El deber de información y el estándar de razonabilidad en las garantías implícitas del consumidor. *Forseti. Revista De Derecho*, *8*(12), 69–94. https://doi.org/10.21678/forseti.v8i12.1355

Tirado Barrera, José. (2021). *Protección del consumidor*. Fondo Editorial de la PUCP.

Torres Castañeda, D. H., & Guerra Zavala, J. (2012). Comercio electrónico. *Contribuciones a la Economía*, *10*(2), 35.

Villalba Cuéllar, J. C. (2009). La noción de consumidor en el derecho comparado y en el derecho colombiano. *Vniversitas*, (119), 305-339.

Von Savigny, F. C. (2024). *Metodología jurídica*. Ediciones Olejnik.

Wilhelm, W. (2018). *Metodología jurídica en el siglo XIX*. Ediciones Olejnik.