

El metaverso y los derechos del consumidor

Facultad de Derecho

Universidad Autónoma Latinoamericana



El metaverso y los derechos del consumidor

Jennifer Fonnegra Rodríguez

Asesor

Gustavo Adolfo Beltrán Valencia

Universidad Autónoma Latinoamericana - UNAULA

Facultad de Derecho

Medellín, Antioquia

2023

A Daniel y Julián,

Por su apoyo incondicional, su aliento constante y su amistad leal.

A través de cada paso del proceso, ustedes han estado ahí, escuchando mis inquietudes, ofreciendo palabras de sabiduría y brindándome su ayuda siempre que la necesitaba.

No podría haberlo hecho sin ustedes.

Agradecimientos

Agradezco a mi madre por su inmenso amor, apoyo y sacrificio a lo largo de mi educación. Su constante creencia en mis capacidades ha sido y serán siempre fuente de inspiración para alcanzar mis metas. Agradezco de todo corazón su paciencia y comprensión en esos momentos de estrés y ansiedad que ha implicado la carrera porque definitivamente su apoyo ha sido como un faro de luz en momentos de oscuridad.

También, agradezco de manera especial a mi asesor, Gustavo Beltrán Valencia, por su valiosa contribución y guía en la realización de esta monografía. A lo largo del proceso, su orientación precisa y comentarios constructivos significaron mucho en mi trabajo. Además, su disponibilidad constante me dio la suficiente confianza para abordar todo tipo de desafíos que fueron surgiendo en la realización de este proyecto al ser un tema nuevo y poco tratado. Estoy agradecida por su paciencia, dedicación y excelencia en su labor como asesor.

Por último, quiero dedicar un profundo agradecimiento a mi querido abuelo, por su apoyo y amor a lo largo de toda mi vida. Mi abuelo ha sido mi padre y una figura inspiradora para lograr completar todos mis logros académicos y personales. Este logro no solo representa mi esfuerzo personal, sino también, un tributo a el esfuerzo de mi abuelo para convertirme en la persona que soy ahora.

RESUMEN

El metaverso y las nuevas tecnologías están transformando la forma en la nos relacionamos en un entorno virtual, en consecuencia, la presente monografía analiza los retos jurídicos que surgen de las nuevas tecnologías, particularmente del metaverso con relación con la protección de los derechos del consumidor.

A través de una metodología exhaustiva de literatura académica y jurídica relacionada con el tema, se determina los retos jurídicos que trae el metaverso, se establece la normatividad existente aplicable y se proponen medidas y mecanismos para proteger los derechos del consumidor en este entorno virtual.

La monografía se estructura en tres capítulos: El primer capítulo introduce el metaverso y su impacto en las relaciones comerciales, destacando los retos jurídicos que afectan los derechos del consumidor en este entorno virtual. El segundo capítulo se centra en el análisis del régimen jurídico actual en materia de derechos del consumidor y su aplicabilidad en el metaverso. Por último, el capítulo tres presenta propuestas de medidas y mecanismos jurídicos para fortalecer la protección del consumidor en el metaverso, como la adaptación de las leyes existentes, la regulación de los mercados virtuales, la implementación de mecanismos de resolución de conflictos y la promoción de educación digital.

Palabras clave: metaverso; derechos del consumidor; protección al consumidor; regulación de mercados virtuales; medidas y mecanismos jurídicos.

ABSTRACT

The metaverse and new technologies are transforming the way we interact in a virtual environment. Consequently, this monograph examines the legal challenges that arise from these new technologies, particularly the metaverse, with relation to consumer rights protection.

Through an exhaustive methodology based on academic and legal literature related to the subject, the legal challenges brought by the metaverse are identified, existing applicable regulations are established, and measures and mechanisms to protect consumer rights in this virtual environment are proposed.

The monograph is structured into three chapters: The first chapter introduces the metaverse and its impact on commercial relationships, highlighting the legal challenges that affect consumer rights in this virtual environment. The second chapter focuses on the analysis of the current legal framework concerning consumer rights and its applicability in the metaverse. Finally, the third chapter presents proposals for legal measures and mechanisms to enhance consumer protection in the metaverse, such as the adaptation of existing laws, regulation of virtual markets, implementation of conflict resolution mechanisms, and promotion of digital education.

Keywords: metaverse, consumer rights, consumer protection, regulation of virtual markets, legal measures and mechanisms..

Tabla de contenido

Introducción.....	7
Capítulo 1: Retos jurídicos de la comercialización de bienes y servicios dentro del metaverso frente a los derechos del consumidor.....	10
Capítulo 2: Análisis del régimen actual de protección al consumidor frente a las dificultades del metaverso.....	18
Capítulo 3: Medidas y mecanismos jurídicos para salvaguardar los derechos del consumidor dentro del metaverso.....	23
Conclusiones.....	28
Referencias.....	31

Introducción

El metaverso podría definirse como un espacio virtual donde las personas pueden trabajar, jugar, comprar y vender productos, celebrar contratos, comunicarse y relacionarse con otras personas de diversas maneras por medio de avatares, los cuales, son la representación de cada humano dentro de este entorno. Meta (s.f) describe el metaverso como “la evolución de la conexión social y el sucesor de internet en el celular”.

El concepto del metaverso engloba otros avances tecnológicos como la realidad virtual, realidad aumentada, IA o inteligencia artificial, mundos espejo, entre otros conceptos que conocemos en la actualidad como nuevas tecnologías.

El metaverso es una realidad actual y es objeto relevante de estudio a nivel mundial, ya que representa una nueva forma de interactuar con el mundo de manera alterna a lo que conocemos. Por lo tanto, actualmente numerosas empresas nacionales e internacionales están creando sus propios metaversos con sus propias reglas, monedas, formas de pago y diversas formas de adquirir productos que son utilizables y consumibles dentro de este entorno.

Por lo anterior, se espera que el metaverso se quede y que en el futuro los seres humanos estemos totalmente conectados a la red, por ello, el campo del Derecho debe contemplar las relaciones y problemáticas que surgen dentro del entorno virtual.

Como lo afirma Villa López et al (2022):

El derecho no debe ser ajeno a esta nueva realidad —virtual—, y teniendo en cuenta que las tecnologías de realidad aumentada se han proliferado y llegaron a los sitios de trabajo, salones de clase y lugares del diario vivir, habrá que preguntarse cuál sería la mejor manera de ejercer un control sobre estas y, de esta manera, si fuere necesario, regular su actividad. (p.150)

En Colombia, hay temas de relevancia tecnológica y comercial que no se encuentran regulados por ninguna ley, como las transacciones con criptomonedas, la compra y venta de Non Fungible Tokens (NFT), los Smart Contracts y todas aquellas transacciones que se realizan por medio del sistema blockchain, el cual es utilizado para realizar transacciones dentro del metaverso.

La abogada Perez Comenale (2021) sostiene que “la nueva realidad virtual descentralizada ha traído el nacimiento de una nueva criptoconomía, a través de la interacción de distintas herramientas” y esto conlleva a que la llegada del metaverso incline la economía hacia esta nueva forma de intercambio y transacciones.

El metaverso es una problemática que pronto será tendencia y por esta razón es necesario fijar si el régimen actual puede hacerle frente a esta nueva realidad o si deben hacerse otras propuestas para la debida protección de los consumidores en este entorno virtual.

Pese a que la idea del metaverso no es reciente, las dudas sobre su régimen jurídico si lo son. En los últimos 5 años ha surgido una constante preocupación por la regulación aplicable a esta nueva dimensión la cual podríamos definir como una realidad virtual paralela a la actual, en la cual podemos celebrar todo tipo de contratos, llevar a cabo reuniones de trabajo e incluso podríamos llegar a hablar de responsabilidad por eventuales daños. (Burgos Aleans, 2022).

La posibilidad de comercializar bienes y servicios dentro del metaverso conlleva una serie de problemáticas para los consumidores o usuarios. En relación con la protección de los derechos de los consumidores se cuestiona cómo se garantizará el derecho a reclamar cuando la identidad de los avatares no es conocida, y cómo se puede evaluar la calidad y adecuación de un producto en un entorno virtual. Además, se plantean inquietudes relacionadas con la seguridad

de las transacciones y el manejo de los datos personales en el metaverso, así como la protección de posibles estafas o fraudes. Por lo tanto, es necesario analizar los retos jurídicos que las nuevas tecnologías, particularmente el metaverso metaverso apresta para lograr una debida protección a los consumidores.

Estos planteamientos conllevan a plantearme finalmente el siguiente cuestionamiento ¿Qué retos jurídicos surgen de las nuevas tecnologías particularmente del metaverso para garantizar una debida protección a los consumidores?

Para responder a la pregunta anterior el presente informe de investigación se dividirá en 3 capítulos: en el primer capítulo se plantearán los retos jurídicos que implica la comercialización de bienes y servicios dentro del metaverso frente a los derechos del consumidor; en el segundo se analizará cómo el régimen actual de protección al consumidor puede hacer frente a las dificultades y asegurar la debida protección de los derechos del consumidor dentro del metaverso; y finalmente, en el tercer capítulo se propondrán medidas y mecanismos jurídicos para proteger los derechos del consumidor dentro del metaverso.

Capítulo 1: Retos jurídicos de la comercialización de bienes y servicios dentro del metaverso frente a los derechos del consumidor.

En la actualidad, el metaverso ya no es una teoría de ciencia ficción como lo era hace 30 años, es una realidad latente y en constante evolución que se extiende no solo en escenarios internacionales, sino también en Colombia, donde se puede evidenciar su implementación en diferentes contextos.

A nivel internacional, el metaverso ha tomado una gran relevancia jurídica debido a que existentes múltiples servidores de esta tecnología en el mundo, por lo tanto, se ha comenzado a visualizar problemáticas sociales, comerciales, de propiedad intelectual, seguridad de datos e incluso hasta en materia delictiva, por ejemplo, en el año 2022, la Organización Internacional de Policía Criminal o Policía Internacional -INTERPOL- expresó su preocupación por los posibles delitos que pueden configurarse en este entorno tecnológico y decidió realizar una evaluación de tecnología para ser partícipes del metaverso y combatir los delitos que pueden presentarse. En el Informe de evaluación de tecnología de INTERPOL se menciona que “el metaverso desafiará a los servicios policiales para detectar actividad criminal y mantener a los usuarios a salvo de nuevos tipos de delitos, denominados ‘metacrímenes’”. (Organización Internacional de Policía Criminal [INTERPOL], 2022, p. 3).

En Colombia, el metaverso está en tendencia y se ha utilizado para diferentes ámbitos, por ejemplo, en la ciudad de Medellín, se ha trabajado activamente el desarrollo del metaverso. La empresa colombiana Spark life SPS, los cuales son los creadores de la primera criptomoneda creada en Medellín, lidera actualmente el proyecto ‘Medellín Fun City’, el cual, llevó la feria de flores de 2022 al metaverso con la aprobación de la Alcaldía de Medellín. Según lo afirmado por Caracol Radio Medellín (2022): “Así, Medellín se convierte en la primera ciudad de

Latinoamérica con su propio metaverso-ciudad, integrando así su capacidad de desarrollo tecnológico con el mayor evento cultural del año y referencias arquitectónicas de espacios icónicos del territorio local”. Es necesario puntualizar que este espacio permite la comprar terrenos, la construir viviendas, establecer relaciones de amistad, buscar y conseguir empleo, la realización de eventos y comercializar productos y servicios con la criptomoneda creada por la empresa.

También, la empresa Spark life SPS está encargada de llevar el Concejo de Medellín al metaverso, convirtiéndose en el primer concejo municipal en Colombia en realizar sesiones en este nuevo entorno digital. Spark life SPS transformará a los 21 concejales en avatares y construirá el recinto de las sesiones de una manera muy detallada. La sesión se llevará a cabo en el metaverso ‘Medellín Fun City’, creado por Spark life SPS.

Medellín no es la única ciudad donde se están utilizando estas nuevas tecnologías, por ejemplo, en febrero de 2023 el Tribunal Administrativo del Magdalena Despacho 01, se pronunció ante la solicitud de realización de una audiencia en el metaverso. Este despacho al hacer un estudio sobre la viabilidad de esta audiencia y que estuviese conforme al Código General del Proceso, concluyó que, “en efecto, la justicia digital está concebida para tener los mismos efectos que la justicia tradicional o análoga en términos procesales de acuerdo con el artículo 103 del CGP” (Tribunal Administrativo del Magdalena, Despacho 01, Radicado 47-001-2333-000-2020-00014-00, 2023). Como resultado se programó la audiencia para el 15 de febrero de 2023 a las 9:00 a.m. y finalmente se realizó por medio de Horizon Workrooms que es una aplicación desarrollada por Meta.

Estas innovaciones demuestran cómo distintas instituciones en el ámbito político y judicial están explorando las posibilidades que ofrece el metaverso y cómo las nuevas tecnologías son adoptadas en diferentes contextos para llevar a cabo ciertas actividades.

Ahora, es claro que, si bien el concepto de metaverso no es nuevo, plantea en la actualidad diversos retos con relevancia jurídica, económica, comercial y social, por esta razón se plantean múltiples interrogantes legales.

“Como pasa con todos los desarrollos disruptivos, que van varios pasos por delante de la regulación, el desarrollo del metaverso plantea desde ya varias dudas jurídicas, siendo una de las principales si la legislación vigente es aplicable a este espacio virtual o si, por el contrario, será necesario crear nuevas leyes para regular las actividades que allí se desarrollan, lo que, a su turno, desencadenaría otros interrogantes, por ejemplo, sobre la jurisdicción de los países o cortes internacionales.” (Vita Mesa, 2022).

Existen numerosos artículos de opinión, trabajos de grado, artículos e investigaciones científicas y noticias que hablan sobre el metaverso en diferentes espacios. Sin embargo, se encuentra poca información sobre los retos jurídicos relacionados con la protección del consumidor, problemática la cual es de importancia estudiar.

Uno de los objetivos del metaverso es llevar nuestra realidad física a un entorno digital, lo que implica que se negocie y comercialice bienes intangibles impulsado por una economía netamente virtual donde los consumidores representados por un avatar tienen experiencias e interacciones comerciales. En el mundo físico todos los consumidores o usuarios son titulares de derechos que otorga la ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor), pero, “uno de los principales interrogantes que surgen específicamente frente a la celebración de negocios en el

metaverso es, ¿de qué forma se garantizarán ciertos derechos en cabeza del consumidor al tratarse de un mundo virtual diferente del análogo?” (Burgos Aleans, 2022).

El metaverso tiene el potencial para facilitar redes consumo, lo que conlleva a considerar las probabilidades de que surjan contantes controversias como sucede en el mundo análogo y, además, al no existir un metaverso estándar. sino que hay varios en todo el mundo, cada uno posee sus propios términos y condiciones que pueden causar que no sea posible la discusión sobre determinados contratos o relaciones comerciales y sea necesario acudir a la jurisdicción.

Por lo anterior, la comercialización de bienes y servicios dentro del metaverso es un reto juridico para la protección del consumidor, toda vez que, es necesario entrar a analizar si la ley actual es suficiente para hacerle frente a esta nueva realidad tecnológica o si es necesario crear una nueva jurisdicción virtual.

Como se mencionó anteriormente, cada metaverso creado en cualquier parte del mundo tiene sus propios términos y condiciones, por lo tanto, cuando nos adentramos en el metaverso, al igual como lo hacemos en cualquier aplicación que usamos en nuestras computadoras o dispositivos móviles, siempre es obligatorio aceptar estos términos y condiciones del sitio para poder acceder a este, pero, a diferencia de las aplicaciones normales que usamos en nuestra vida cotidiana, en el metaverso podemos hacer todo tipo de contratos que están ligados a las condiciones que todos hemos aceptado desde un inicio, por lo tanto, es muy probable que el consumidor realmente no se encuentre protegido al realizar un contrato para adquirir un bien o un servicio, lo que representa un reto para la protección del consumidor ya que el consumidor está expuesto a cláusulas abusivas en los contratos que realice.

Otro reto juridico que se plantea está relacionado con los avatares, los cuales, son la representación del ser humano, en este caso, del consumidor. Los consumidores en el mundo

físico o análogo tienen derechos y deberes, pero ¿los avatares controlados por las personas también adquieren los mismos derechos dentro del metaverso?

Al no existir una ley que establezca un método de autenticidad de los avatares, resulta difícil determinar si el avatar está siendo controlado por una persona que contrae derechos como consumidor, o si es controlado por una inteligencia artificial u otra tecnología automatizada, por lo tanto, resulta incierto quienes son realmente las personas que están participando dentro de una relación comercial.

Surgen muchas dudas respecto a los avatares, “¿tendrán derechos los avatares? ¿Soy yo en realidad propietario de mi avatar o podría una plataforma suspender o borrar mi identidad digital?” (Pimentel y Talavera, 2022).

Por lo tanto, es importante determinar si el avatar que representa a un consumidor o usuario es realmente esa persona, de modo que sea posible atribuirle los mismos derechos y deberes del ser humano que lo manipula, esto permitiría finalmente determinar de manera objetiva las garantías y la protección que le da la ley al consumidor o usuario y que puede hacer efectivas en una controversia dentro del metaverso.

Esta problemática sobre la representación del consumidor por medio de avatares conlleva a pensar en un nuevo reto jurídico en cuanto a la seguridad, toda vez que, no se puede determinar si el consumidor es realmente el avatar que se ve afectado en una relación comercial, ni tampoco es posible determinar si el proveedor del bien o servicio que el consumidor adquiere es realmente la persona quien dice ser al proporcionar sus datos dentro del metaverso. Como consecuencia de esto, el consumidor está expuesto a fraude, piratería, robo de datos, hackeos y todo tipo de situaciones que pueden afectar directamente la integridad su integridad.

Lo anterior expuesto implica no solo la importancia de determinar la autenticidad del consumidor, sino también es necesario asegurarse de que el avatar del proveedor de bienes y servicios se auténtico para garantizar que la integridad y seguridad del consumidor no se vea afectada.

Por último, tenemos como reto jurídico la utilización de criptomonedas, NFT's, y Smart Contracts, los cuales se transfieren por medio del sistema 'blockchain'. El metaverso al ser un ecosistema digital trae consigo las monedas y la economía digitales para poder adquirir bienes y servicios se deben hacer uso de estas.

Las criptomonedas “se caracterizan por ser pseudoanónimas, presentan una alta dificultad para la identificación de sus beneficiarios finales, son poco trazables por las autoridades y no están respaldadas por bancos centrales” (Superintendencia Financiera de Colombia, Carta circular 52 de 2017), estas características se determinan gracias a que las criptomonedas se basan en la red 'blockchain'.

Entendemos 'blockchain' como:

Un libro mayor compartido e inmutable que facilita el proceso de registro de transacciones y de seguimiento de activos en una red de negocios. Un activo puede ser tangible (una casa, un auto, dinero en efectivo, terrenos) o intangible (propiedad intelectual, patentes, derechos de autor, marcas). Prácticamente cualquier cosa de valor puede ser rastreada y comercializada en una red de blockchain, reduciendo el riesgo y los costos para todos los involucrados. (IBM, s.f.).

Ahora, como se desprende de la definición, esta red es inmutable, lo que significa que cada dato registrado se une a un bloque de información y a este se le da su número de identificación único, si algún dato dentro del bloque es modificado, se invalida automáticamente.

Toda la información y transacciones son añadidas a la cadena de bloques y se evita la denegación o corrupción de las operaciones garantizado así, una transparencia.

Además de estas características, el sistema blockchain utiliza un algoritmo criptográfico para asegurar la integridad de los datos. Cada bloque de información está enlazado a una cadena criptográfica extremadamente difícil de modificar. Asimismo, es una red que no está controlada por una única identidad, toda vez que, es una red descentralizada.

Realmente, ¿En qué puede afectar la comercialización con criptomonedas, NFT's y Smart Contracts con la red blockchain al consumidor? Principalmente, en su derecho de retracto. En el metaverso, el consumidor no tendría la posibilidad de modificar o cancelar su decisión de adquirir un bien o servicio que se realice por medio de los sistemas de financiación que sean otorgados por el proveedor en ventas donde se utilicen métodos no tradicionales como los activos intangibles que utilizan blockchain.

Esta característica de inmutabilidad, entonces, imposibilita de facto la aplicación del derecho de retracto dentro de las relaciones negociales, puesto que una vez decidida y realizada la transacción de consumo, esta no podría ser modificada sin que ello conllevara a que se invalide esta nueva cadena que contiene esa información. (Corredor, 2019).

Finalmente, se puede evidenciar un reto jurídico relacionado con la resolución de conflictos y la jurisdicción aplicable en caso de controversias comerciales dentro del metaverso. Dado que el metaverso trasciende las fronteras físicas, surge la interrogante sobre qué jurisdicción debe aplicarse en casos de controversias entre consumidores y proveedores que pertenecen a diferentes lugares o diferentes metaversos.

La diversidad de términos y condiciones de cada metaverso puede complicar el proceso de determinar la ley aplicable y la competencia para resolver los conflictos que surjan.

Asimismo, resulta complicado establecer mecanismos de resolución de conflictos en el metaverso por la ausencia de entidades o autoridades centralizadas y la dificultad de identificar las partes.

Como resultado de lo expuesto en este capítulo, se evidencia que los retos jurídicos derivados de la comercialización de bienes y servicios dentro del metaverso no solo afectan los derechos al consumidor, también pueden llegar a imposibilitar el ejercicio efectivo de estos. Es fundamental abordar estas problemáticas para garantizar la protección de los consumidores en los entornos digitales que están en constante evolución.

Capítulo 2: Análisis del régimen actual de protección al consumidor frente a las dificultades del metaverso.

El régimen actual de protección al consumidor se aplica principalmente a las formas tradicionales de comercio, pero también puede extenderse a los bienes y servicios digitales y las transacciones en línea. Sin embargo, en algunos casos aplicar las leyes tradicionales de protección al consumidor al metaverso puede plantear un desafío, ya que plantea una serie de cuestiones totalmente nuevas.

El artículo 3 de la ley 1480 de 2011 establece los derechos generales de los consumidores, como el derecho a recibir productos de calidad, a la seguridad, a recibir información, a la protección contra publicidad engañosa, a la reclamación, a la protección contractual, de elección, de representación, a informar, a la educación y a la igualdad, por lo tanto, debido a la amplia cobertura de derechos, el Estatuto del Consumidor puede aplicarse en casos donde se presenten vulneraciones al consumidor dentro del metaverso, ya que estos conceptos son generales y no se limitan a ser utilizados únicamente en la esfera análoga.

Además, en el Título VII, Capítulo VI de la ley 1480 de 2011 se encuentra estipulado la protección al consumidor de comercio electrónico. Dentro de este capítulo se estipulan las obligaciones que tienen los proveedores en materia de comercio electrónico, por ejemplo, la reversión del pago en los casos que corresponda; informar en todo momento la identidad de manera cierta, clara y actualizada; suministrar información cierta y clara sobre los productos que ofrecen; informar sobre los medios de pago y las condiciones generales de los contratos; adoptar mecanismos de seguridad para la información personal del consumidor; disponer de un espacio para que el consumidor radique PQRS, entre otras obligaciones, por lo tanto, estas obligaciones generales de los proveedores en el comercio electrónico también son aplicables en el metaverso.

Además de las obligaciones generales mencionadas, existen otras obligaciones del proveedor o productor aplicables en el metaverso que se encuentran a lo largo de la ley como la obligación de “responder por la calidad, idoneidad, seguridad y el buen estado y funcionamiento de los productos.” (Ley 1480, 2011); también la prohibición de modificar unilateralmente contratos; la prohibición de limitar las obligaciones que por ley le corresponden y pactar cláusulas abusivas, entre otras.

En relación la publicidad engañosa, el artículo 30 de la ley 1480 de 2011 indica claramente que está totalmente prohibida, es decir, la ley protege a los consumidores de toda publicidad que no cumpla con las condiciones enunciadas, lo cual implica que también protege a los consumidores que se encuentren en el espacio digital.

En una relación contractual en el metaverso, están las mismas partes del contrato como en el mundo físico, es decir, consumidor o usuario y productores o proveedores,

Por lo anterior, se debe apostar por la protección del consumidor en el metaverso bajo los parámetros del Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011) y así velar por derechos como el derecho de información según el cual se debe obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, de igual forma el derecho a la reclamación, a una protección contractual, derecho a la igualdad, entre otros. (Burgos Aleans, 2022).

Sin embargo, existen otros derechos que son indispensables para la protección del consumidor, pero no se encuentran expresamente enunciados en el Estatuto del Consumidor como, por ejemplo, la seguridad y privacidad de los datos personales, protección contra fraudes y estafas, responsabilidad de los proveedores y la solución de conflictos.

Ahora, se cuestiona la acreditación de la identidad de los consumidores y de los proveedores o productores que contraen derechos y obligaciones por medio de sus avatares en el metaverso. Este aspecto es de gran importancia, ya que al no tener conocimiento sobre la verdadera identidad de las personas detrás de los avatares dificulta garantizar que los consumidores tengan acceso a información e inclusive, puede ser un impedimento a la hora de exigir la protección de sus derechos.

En el régimen actual no existe una ley que guíe un método de verificación seguro que proteja la integridad y confidencialidad de información de las partes. Aunque, si bien existen métodos como la firma digital, reconocimiento de voz, la autenticación de dos factores, entre otros que son muy utilizados en la práctica del comercio electrónico, ninguno es 100% seguro por sí solo y esto dificulta determinar si le es o no atribuibles derechos al consumidor y obligaciones al proveedor o productor.

La falta de un método para la verificación de identidad de las partes sería difícil determinar la aplicabilidad del Estatuto del Consumidor en términos de territorialidad, es decir resulta complicado determinar las obligaciones de los proveedores o productores si no se encuentran en territorio colombiano.

De acuerdo con lo anterior, los productores, distribuidores o expendedores de bienes y servicios que se encuentren ubicados en territorio de otro Estado, y comercialicen sus productos a través de comercio electrónico, no estarán sometidos a las normas contenidas en la Ley 1480, Estatuto de Protección al Consumidor, salvo estipulación expresa en el contrato celebrado. (Superintendencia de Industria y Comercio, Concepto 16-002207- - 00005-0000 de 2016).

En cuanto a las criptomonedas, NFT's y Smart Contracts utilizados para la negociación de compra de bienes o servicios en el metaverso por medio del sistema 'blockchain', actualmente "no existe ninguna Ley que regule de forma clara el tratamiento de criptoactivos" (Martínez Merchán, 22), por lo tanto, no tienen ningún tipo de control o vigilancia.

La red blockchain permite que se realicen todo tipo de transacciones y, por lo tanto, se puede celebrar contratos de bienes y servicios por medios electrónicos, por ello, la normatividad aplicable a estas transacciones es la ley 1480 de 2010. Sin embargo, como se discutió en el primer capítulo, este sistema al ser inmutable dificulta el derecho de retracto el cual se encuentra estipulado en el artículo 47 del Estatuto del Consumidor.

El retracto, en opinión de esta Oficina, consiste en la facultad de arrepentimiento del consumidor, sin consideración a asuntos relacionados con las garantías, sino con la libertad de eliminar la motivación de compra. Es una protección que se da para algunos tipos de compras, por ser tan particulares y donde el consumidor, por regla general, no tiene contacto directo con el producto o con el proveedor del mismo. (Superintendencia de Industria y Comercio, Concepto 13-229019- -00001-0000 de 2013).

Hasta el momento, no se ha estipulado un método para proteger este derecho en casos en los que se hacen transacciones utilizan medios electrónicos y el sistema blockchain.

En relación con la privacidad y seguridad de los datos, es importante aclarar que el Estatuto del Consumidor no aborda específicamente la protección de la privacidad y seguridad de los datos personales. Sin embargo, la Ley Estatutaria 1581 de 2012 establece los principios, derechos y obligaciones para el tratamiento de los datos personales en cualquier entorno, por lo tanto, incluiría el metaverso.

La Ley Estatutaria 1581 de 2012 aborda los derechos de conocer, actualizar, rectificar y suprimir la información que las empresas recopilen sobre ellos, pero, el ejercicio de estos derechos encuentra desafíos por la inmutabilidad del sistema blockchain dado que, los datos almacenados en la cadena de bloques son permanentes y no pueden ser modificados.

Por otro lado, en cuanto a la resolución de conflictos en el metaverso, el Código General del Proceso dispone los procedimientos de resolución de conflictos en el sistema judicial colombiano. Sin embargo, la naturaleza global del metaverso dificulta la determinación de la jurisdicción y la entidad competente para resolver cualquier conflicto.

Por último, si bien el régimen actual de protección a los consumidores es sólido, necesita actualizarse para abordar complejidades del metaverso. Es necesario desarrollar soluciones efectivas para proteger los derechos del consumidor en este nuevo espacio virtual.

Capítulo 3: Medidas y mecanismos jurídicos para salvaguardar los derechos del consumidor dentro del metaverso.

Las nuevas tecnologías han transformado el rumbo del comercio y la economía, llevándonos cada vez más al mundo digital. En este sentido, la innovación en materia de derechos del consumidor es fundamental para lograr protegerlos y permitir que los consumidores se adapten a los cambios, porque “no es menos cierto tampoco, que en la actualidad existe un perfil de usuario que cada vez más se aproxima a las innovaciones tecnológicas que diariamente trae la era digital”. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2017).

Para lograr esta innovación, es necesaria la establecer mecanismos jurídicos de protección de los derechos del consumidor para protegerlos en el contexto del metaverso, con el fin de prevenir las nuevas formas de abuso, engaño y fraudes que surgen a partir de esta nueva revolución digital y la evolución de las relaciones comerciales.

Una medida es la integración de las nuevas tecnologías para solucionar la problemática de verificación de identidad de los consumidores y proveedores de manera segura y legal, por ejemplo, utilizar e implementar el programa Tecalis Avatar Identity Technology que es “la primera tecnología en el mundo capaz de verificar y certificar la identidad de avatares y las personas que se esconden detrás de los mismos”. (Redacción, 2022).

Además, la participación de las nuevas tecnologías puede abordar eficazmente la problemática de seguridad y prevención de fraude. Se logra mediante la implementación de sistemas de monitoreo y detención de actividades sospechosas o fraudulentas en el metaverso que permiten identificar patrones y comportamiento anómalos que le brindan al consumidor una mayor seguridad al protegerse contra los riesgos.

Para la integración de este tipo de tecnologías como medida jurídica, es necesario adaptar las leyes que protegen los derechos del consumidor y las leyes que regulan el comercio electrónico existentes, de manera que sea posible ser aplicables a las exigencias del metaverso. Esta adopción nuevas tecnologías puede tener importantes implicaciones para los derechos del consumidor.

La incorporación de las nuevas tecnologías dentro de las leyes de comercio electrónico proporciona una medida de protección de los datos personales de los consumidores. Estos datos personales de los usuarios van desde la identidad hasta su comportamiento comercial, y es necesario que los consumidores tengan el derecho de controlar el manejo de sus datos de manera segura dentro del metaverso para evitar que sean utilizados de manera inadecuada.

En caso de que no sea posible la incorporación del metaverso y las nuevas tecnologías en las leyes actuales de protección al consumidor, una alternativa sería crear una legislación específica desde el Congreso de la República para regular la comercialización de bienes y servicios en el metaverso donde se establezcan requisitos claros de transparencia, estándares de calidad y seguridad con el fin de proteger a los consumidores.

Es esencial que la regulación aborde de manera efectiva los aspectos únicos en el entorno del metaverso, por lo tanto, se deben considerar aspectos como la autenticidad de los productos y servicios, la protección de datos personales, la veracidad de la información proporcionada por los proveedores y otros aspectos relaciones con la seguridad del consumidor.

Asimismo, es importante y necesario que se integren mecanismos de resolución de conflictos donde incluya las entidades encargadas de mediar y resolver conflictos entre consumidores y proveedores dentro del metaverso.

Es igualmente importante la regulación de los mercados virtuales para prevenir los fraudes y garantizar la seguridad de las transacciones realizadas por los consumidores, es decir, se debe regular la economía virtual incluyendo los criptoactivos y los demás activos intangibles basados en el sistema blockchain, para asegurar que no se vulneren los derechos establecidos para los consumidores, los cuales pueden verse afectados por la forma en que se realizan las transacciones en el espacio virtual.

Otra medida es la exigencia a los creadores, productores y propietarios de las plataformas de los diferentes metaversos que operan en Colombia la redacción de políticas de términos y condiciones claras, accesibles y fáciles de entender para los consumidores. Estas políticas deben permitir a los consumidores comprender los derechos y obligaciones que tienen en el mundo virtual antes de aceptar los términos, evitando así las cláusulas abusivas dentro de las relaciones comerciales. Además, estas políticas también pueden incluir requisitos obligatorios para los proveedores como proporcionar información precisa sobre los productos o servicios que ofrecen y de las condiciones de los contratos que se vayan a efectuar para la realización de la compraventa.

Como se mencionó anteriormente, un mecanismo jurídico necesario es la destinación de espacios efectivos de resolución de conflictos entre los consumidores y los proveedores que se relacionan dentro del metaverso. Estos mecanismos deben ser imparciales, rápidos y accesibles para todos, incluyendo la mediación, conciliación y arbitraje en línea. Al igual que en el mundo físico, la resolución de conflictos dentro del metaverso brinda a los consumidores y proveedores “que se ven envueltas en un conflicto una forma más fácil y rápida de solucionarlo sin tener que acudir ante una autoridad judicial en primera instancia, convirtiéndose así en un instrumento útil para la descongestión de la rama judicial”. (Toncel Pérez, 2022).

En relación con el concepto de jurisdicción en el metaverso, no es descabellado pensar en la posibilidad de establecer un marco legal y autoridades competentes para resolver controversias en el entorno digital en un futuro, toda vez que, “los seres humanos haremos una transición de lo que normalmente llamamos “la vida real” a la nueva realidad virtual del metaverso, ya que dicho entorno a su vez ofrece una experiencia sin las limitaciones naturales de nuestro universo”. (Vega Angulo, 2022).

No obstante, la implementación de una jurisdicción y de una autoridad legalmente reconocida para ejercer control y tomar decisiones sobre las actividades que ocurren dentro del metaverso es un desafío complejo que requiere el debate de expertos en diferentes campos.

El metaverso se caracteriza por ser un espacio descentralizado y sin fronteras, lo cual no sería posible aplicar los conceptos de jurisdicción que tenemos en el mundo físico. Además, la falta de marco normativo que regulen las actividades que ocurran dentro del espacio virtual complica mucho la situación. Si bien la idea de establecer una jurisdicción puede ser contemplada en un futuro, en la actualidad se plantean desafíos legales, técnicos y conceptuales que requiere un cuidadoso análisis.

Una posible aproximación para considerar sería tomar la ubicación física de las personas que manipulan los avatares para determinar la jurisdicción y competencia territorial para permitir “la inclusión de pruebas de realidad virtual que soporten la controversia que tuvo origen en el metaverso. De esta manera, el juez tendría que valorar el material digital de realidad virtual para tomar una decisión de fondo”. (Vega Angulo, 2022).

Finalmente, cabe destacar que la educación y alfabetización digital son esenciales para garantizar una adecuada comprensión de los riesgos y beneficios presentes en el metaverso. Es importante brindar a los consumidores una formación que incluya el desarrollo de habilidades

digitales, la promoción de los derechos del consumidor en los entornos digitales y la fomentación de un uso responsable de las tecnologías en el metaverso para aprovechar las ventajas que ofrece este entorno virtual, al mismo tiempo que se les capacita para protegerse de posibles riesgos.

Es crucial la consideración e implementación de las medidas y mecanismos jurídicos expuestos anteriormente, con el fin de garantizar que los consumidores estén protegidos mientras exploran y adquieren bienes y servicios dentro del mundo virtual y también, permiten construir una seguridad sólida para los usuarios del metaverso.

Conclusiones.

En conclusión, esta monografía íntegra los retos jurídicos que las nuevas tecnologías, especialmente el metaverso, plantean en términos de protección al consumidor. A través del análisis de los objetivos específicos planteados, se ha logrado obtener una visión integral de las dificultades legales que surgen en la comercialización de bienes y servicios en este entorno virtual, así como evaluar la capacidad del régimen actual de protección al consumidor para hacer frente a estos desafíos encontrados a lo largo de la investigación. Además, se han propuesto medidas y mecanismos jurídicos con el objetivo de encontrar una solución para proteger los derechos de los consumidores en el metaverso.

En primera instancia, al abordar el primer objetivo específico planteado, se ha demostrado que la comercialización de bienes y servicios en el metaverso traza retos jurídicos significativos que requieren una atención especial para garantizar la protección de los consumidores.

Aspectos como la verificación de identidad, la protección de datos personales, la regulación de los mercados virtuales, la jurisdicción y competencia para resolver controversias comerciales y la resolución de conflictos en el metaverso presentan desafíos en este entorno virtual. Para hacer frente a los retos evidenciados, se han propuesto medidas como la integración de tecnologías de verificación de identidad confiables y seguras, que permitan a los consumidores y proveedores establecer relaciones de confianza en el metaverso y cumplir con los parámetros de los derechos del consumidor. Además, se ha destacado la importancia de la regulación de los mercados virtuales y la implementación de mecanismos efectivos de resolución de conflictos que ofrezcan a los consumidores una mayor seguridad y confianza al realizar transacciones en este entorno.

Con relación al segundo objetivo específico, se ha determinado que el régimen actual de protección al consumidor necesita ajustes y adaptaciones para hacer frente a las dificultades que surgen en el metaverso. Si bien existen leyes y regulaciones que protegen los derechos del consumidor en el ámbito tradicional y físico, su aplicación en el entorno virtual puede resultar insuficiente en algunos aspectos. Por lo tanto, se ha propuesto una adaptación de las leyes existentes en materia de protección al consumidor y comercio electrónico para abordar las situaciones particulares que trae el metaverso. Asimismo, se ha planteado la posibilidad de crear una legislación específica para regular las transacciones comerciales en el metaverso, que establezca requisitos claros de transparencia, estándares de calidad y seguridad, esta legislación específica contribuiría a establecer una mayor protección estable a los consumidores en este entorno virtual en constante evolución.

Por último, en relación con el tercer objetivo específico, se han propuesto diversas medidas y mecanismos jurídicos para proteger los derechos del consumidor dentro del metaverso. Estas propuestas resaltan la importancia de regular los mercados virtuales, estableciendo requisitos claros y obligaciones para los vendedores y proveedores, así como políticas de términos y condiciones accesibles, comprensibles y claras para los consumidores. Además, se ha propuesto la implementación de mecanismos efectivos de resolución de conflictos en línea, que brinden a los consumidores vías alternativas de solución de controversias, eficientes y justas. Asimismo, se resalta la necesidad de fomentar la educación digital y promover un uso responsable del metaverso.

En virtud de lo expuesto, se ha analizado los retos jurídicos que el metaverso dispone para lograr una debida protección a los consumidores. A través de un enfoque coherente, se han identificado los retos y desafíos jurídicos determinantes que trae la comercialización de bienes y

servicios dentro del metaverso y se han propuesto medidas y mecanismos jurídicos para hacer frente a estos y proteger los derechos del consumidor. Asimismo, se ha establecido la aplicabilidad del régimen actual de protección al consumidor en el metaverso frente a los desafíos que presenta el metaverso.

Si bien se ha logrado un avance significativo en materia de nuevas tecnologías, es fundamental tener en cuenta que el metaverso continúa evolucionando y requiere una adaptación constante, así como una educación digital sólida. Es a través de un enfoque proactivo y una colaboración continua entre los sectores público y privado se podrá garantizar una adecuada protección de los consumidores en este entorno virtual que se ha apoderado de las relaciones comerciales en la actualidad.

Referencias

Burgos Aleans, A. (22 de junio de 2022). *La protección del consumidor en el metaverso*.

Universidad Externado de Colombia, Departamento de Derecho Informático.

<https://derinformatico.uexternado.edu.co/la-proteccion-del-consumidor-en-el-metaverso/>

Caracol Radio Medellín. (8 de agosto de 2022). *Medellín llega al Metaverso*. Caracol Radio.

https://caracol.com.co/emisora/2022/08/08/medellin/1659976401_516531.html

Congreso de la República de Colombia. (12 de octubre de 2011). Estatuto del Consumidor. [Ley 1480 de 2011]. DO: 48.220

Corredor, D. (5 de febrero de 2019). *Los Smart Contracts, la red blockchain y el derecho de retracto*. Universidad Externado de Colombia, Departamento de Propiedad Intelectual.

<https://propintel.uexternado.edu.co/los-smart-contracts-la-red-blockchain-y-el-derecho-de-retracto/>

IBM (s.f.). *¿Qué es la tecnología de blockchain?* <https://www.ibm.com/co-es/topics/what-is-blockchain>

[Martínez Merchán, M. \(22 de febrero de 2022\). Boletín: Regulación de los criptoactivos en Colombia.](#) BDO Colombia. [https://www.bdo.com.co/es-co/publicaciones/boletines-audit/regulacion-de-los-criptoactivos-en-](https://www.bdo.com.co/es-co/publicaciones/boletines-audit/regulacion-de-los-criptoactivos-en-colombia#:~:text=Actualmente%20en%20Colombia%20no%20existe,han%20pronuncia)

[colombia#:~:text=Actualmente%20en%20Colombia%20no%20existe,han%20pronuncia](https://www.bdo.com.co/es-co/publicaciones/boletines-audit/regulacion-de-los-criptoactivos-en-colombia#:~:text=Actualmente%20en%20Colombia%20no%20existe,han%20pronuncia)
[do%20frente%20al%20tema.](https://www.bdo.com.co/es-co/publicaciones/boletines-audit/regulacion-de-los-criptoactivos-en-colombia#:~:text=Actualmente%20en%20Colombia%20no%20existe,han%20pronuncia)

Meta. (s.f.). *¿Qué es el metaverso?* <https://about.meta.com/ltam/what-is-the-metaverse/>

Organización Internacional de Policía Criminal. (2022). Informe de evaluación de tecnología de

INTERPOL sobre metaverso. <https://www.interpol.int/en/News-and-Events/News/2022/INTERPOL-launches-first-global-police-Metaverse>

Perez Comenale, A. (5 de noviembre de 2021) *MetaLaw: el metaverso jurídico y los derechos de los consumidores avatares*. Observatorio Blockchain.

<https://observatorioblockchain.com/metaverso/el-metaverso-juridico-y-los-derechos-de-los-consumidores-en-el-espacio-metalaw/>

Pimentel, M., & Talavera, P. (16 de mayo de 2022). *Metaverso: una aproximación a sus posibles repercusiones jurídicas*. TransformaW. <https://www.transformaw.com/blog/metaverso-una-aproximacion-a-sus-posibles-repercusiones-juridicas/>

Redacción. (7 de Julio de 2022). *La primera tecnología de verificación de avatares en el Metaverso a nivel mundial*. Digital Innovation News. <https://digitalinnovationnews.es/la-primera-tecnologia-de-verificacion-de-avatares-en-el-metaverso-a-nivel-mundial/>

Superintendencia de Industria y Comercio. (12 de noviembre de 2013). Concepto 13-229019- -00001-0000.

https://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/Concepto_13_229019.pdf

Superintendencia de Industria y Comercio. (2 de marzo de 2016). Concepto 16-002207- -00005-0000. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14895/SuperIndustria-Concepto-2016->

[N0002207_20160302%20consumidor%20y%20comercio%20electr%C3%B3nico.pdf?sequence=1](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14895/SuperIndustria-Concepto-2016-N0002207_20160302%20consumidor%20y%20comercio%20electr%C3%B3nico.pdf?sequence=1)

Superintendencia de Industria y Comercio. (2017). *Protección al consumidor en Colombia. Una aproximación desde las competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio*.

Ministerio de comercio, industria y turismo.

[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Nuestra_Entidad/Publicaciones/Proteccion_al_Consumidor_en_Colombia_julio27_2017\(1\).pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Nuestra_Entidad/Publicaciones/Proteccion_al_Consumidor_en_Colombia_julio27_2017(1).pdf)

Superintendencia Financiera de Colombia. (22 de junio de 2017). Carta circular 52 de 2017.

Riesgos potenciales asociados a las operaciones realizadas con “Monedas Electrónicas- Criptomonedas o Monedas Virtuales”.

http://www.nuevalegislacion.com/files/susc/cdj/conc/ccirc_sf_52_17.pdf

Toncel Pérez, K. (11 de junio de 2022). *Mecanismos alternativos de solución de conflictos para fortalecer la ciudadanía (MASC)*. BLOQUE 10 UNIMAGDALENA.

[https://bloque10.unimagdalena.edu.co/mecanismos-alternativos-de-solucion-de-conflictos-para-fortalecer-la-ciudadania-masc/#:~:text=Los%20Mecanismos%20Alternativos%20de%20Soluci%C3%B3n%20de%20Conflictos%20\(MASC\)%2C%20tienen,un%20instrumento%20%C3%BAtil%20para%20la](https://bloque10.unimagdalena.edu.co/mecanismos-alternativos-de-solucion-de-conflictos-para-fortalecer-la-ciudadania-masc/#:~:text=Los%20Mecanismos%20Alternativos%20de%20Soluci%C3%B3n%20de%20Conflictos%20(MASC)%2C%20tienen,un%20instrumento%20%C3%BAtil%20para%20la)

Tribunal Administrativo del Magdalena, Despacho 01. Auto con radicado 47-001-2333-000-2020-00014-00, MP María Victoria Quiñones Triana; 10 de febrero de 2023.

Vega Angulo, S. (18 de mayo de 2022). *La meta-jurisdicción*. Asuntos legales.

<https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/sofia-vega-angulo-3234283/la-meta-jurisdiccion-3365324>

Villa López, P., Amaya Amaris, J., & Pachecho Chaparro, J. (2022). *Metaverso: Perspectivas jurídicas de la nueva realidad (Virtual)*. Universitas Estudiantes, 25 (2022-I), 147-172.

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/60201/6.%20Metaverso%20147-172.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vita Mesa, L. (4 de abril de 2022). *Estos son algunos desafíos jurídicos que surgen a raíz de la creación del metaverso*. Asuntos legales.

<https://www.asuntoslegales.com.co/consumidor/los-desafios-juridicos-que-plantea-el->

[metaverso-](#)

[3335765#:~:text=Entonces%2C%20el%20primer%20reto%20jur%C3%ADdico,se%20d](#)

[esprende%20del%20mundo%20virtual.](#)