

**Consumo y consumidores: Caracterización de las reclamaciones interpuestas por la Liga de Consumidores de la Universidad de Cartagena (2015-2016)**

Rafaela Ester Sayas; Katina Yaneth Reyes; Susana Fernanda Álvarez



## Resumen

El Estatuto del Consumidor, consigna una serie de derechos y obligaciones en cabeza de las partes que conforman la cadena de consumo, normas que han sido diseñadas para brindar protección especial al eslabón más débil, es decir a la persona natural o jurídica que finalmente adquiere los bienes o servicios del productor o proveedor. El conocimiento en torno de los derechos vulnerados de los consumidores y de las respectivas prácticas comerciales, es un conocimiento poco explorado, por ello se dará cuenta por información directa de los usuarios consumidores capturada a través de la intervención de la Liga de Consumidores Universitaria de la Universidad de Cartagena, mediante la plataforma TICs, HORUS, de las tipologías emergentes de vulneraciones y los principales segmentos de la economía local que las producen, para aportar insumos que se pueden intervenir en aras de estimular mejores prácticas en la oferta de bienes y servicios en el marco de las relaciones de consumo.

## Palabras claves

Consumidor, derechos de los consumidores, relación de consumo, servicios legales, garantías, buenas prácticas mercantiles.

## **Consumo y consumidores: Caracterización de las reclamaciones interpuestas por la Liga de Consumidores de la Universidad de Cartagena (2015-2016)**

*Consumo e consumidores: Caracterização das reclamações interpostas pela Liga de Consumidores da Universidade de Cartagena (2015-2016)*

*Consumption and consumers: Characterization of claiming interposed by the League of Consumers in the University of Cartagena, Bolivar, Colombia (2015-2016)*

Rafaela Ester Sayas\*\*; Katina Yaneth Reyes\*\*\*; Susana Fernanda Álvarez\*\*\*\*

Docentes - Universidad de Cartagena - Colombia

Para citar este artículo:

Sayas, R.E.; Reyes, K.Y.; Álvarez, S.F. (2016). Consumo y consumidores: Caracterización de las reclamaciones interpuestas por la Liga de Consumidores de la Universidad de Cartagena (2015-2016). *Ambiente Jurídico* N° 20, pp. 133-164

Recibido el 9 de octubre de 2016, aprobado el 3 de diciembre de 2017

---

\* Informe de avance de investigación de Programa Consuma Caribe: Programa de fortalecimiento de las capacidades regionales y locales de los consumidores: Promoción del marco jurídico de las competencias establecidas en el nuevo estatuto del consumidor, período 2015-2016, financiado por Colciencias en el marco de la convocatoria 661 de 2014. Programa Consuma Caribe, Universidad de Cartagena, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Grupo de Investigación Conflicto y Sociedad. Investigación cualitativa, exploratoria, de tipo socio jurídico, las técnicas de recolección de la información son la información primaria mediante la plataforma de atención HORUS que permite el seguimiento y la trazabilidad de la reclamación. Inicio de la investigación Noviembre de 2015 corte analizado hasta Junio de 2016.

\*\* Abogada; PhD. en Sociología de la Universidad de Belgrano; Magister en Derecho Financiero y Resolución de Conflictos; Docente en grado y posgrado; directora del Grupo de Investigación Conflicto y Sociedad -Universidad de Cartagena. Gerente Programa Consuma Caribe. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9342-3907>. Correo electrónico: rafaelaester@gmail.com

\*\*\* Abogada; miembro del grupo de investigación Conflicto y Sociedad. Cartagena de Indias. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6342-0817>. Correo electrónico: katinareyesh@gmail.com.

\*\*\*\* Abogada; miembro del grupo de investigación Conflicto y Sociedad. Cartagena de Indias. Abogado Analista Proyecto DP- UN 2016- 2017. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9960-3543>. Correo electrónico: susana.alvarez.ca@gmail.com.

## ***Abstract***

The Consumer Statute, states a serie of rights and obligations in head of each party, which conform the consumption chain, standards that have been designed to provide a special protection to the weakest link, in other words, the natural o legal person who at the end acquires goods or services from the producer or provider. The knowledge regarding the infringed rights of consumers and the respective commercial practices, the knowledge that has hardly been explored, for that reason consumers will realize by straight information through the University Consumers League of The University of Cartagena by means of ICTs platform, HORUS, the emerging typologies of violations and the principal economical segments that produce them. Providing consumables that can be intervene with the purpose of encouraging better practices in the goods and services offer and within the customer relationship management.

keywords: consumer, consumer rights, consumer relationship, legal services, guarantees, good market practices.

## ***Resumo***

O Estatuto do Consumidor consigna uma serie de direitos e obrigações na cabeça das partes que conformam a cadeia de consumo, norma que tem sido desenhada para proporcionar proteção especial ao elo mais fraco, é dizer à pessoa natural ou jurídica que finalmente adquire os bens o serviço do produtor ou provedor. O conhecimento em torno dos direitos vulnerados dos consumidores e das respectivas praticas comerciais, é um conhecimento pouco explorado, por esta razão se dará conta por informação direta dos usuários consumidores capturada a través da intervenção da Liga de Consumidores Universitária da Universidade de Cartagena, mediante a plataforma TICs, HORUS, das tipologias emergentes de vulnerações e os principais segmentos da economia local que as produzem, para aportar insumos que se podem intervenir em aras de estimular melhores pratica na oferta de bens e serviços no marco das relações de consumo.

Palavras chave: Consumidor, direitos dos consumidores, relação de consumo, serviços legais, garantias, boas praticas mercantis.

## Introducción

Si bien la noción de consumidores tiene una connotación primordialmente económica, en la actualidad se ha vuelto inminente la creación de movimientos de consumidores en todo el mundo, en torno a la promoción del comercio justo, basado en el reconocimiento de los desequilibrios que origina el mercado la producción en cadena desde esquemas neoliberales, donde importa el comprar, desechar y reemplazar bienes y servicios o, yendo más allá, promover consumos no basados en la satisfacción de necesidades básicas, sino en consumos simbólicos como las marcas, los cuerpos y estatus social.

La ley 1480 de 2011, abre nuevas posibilidades al desarrollar normas establecidas en la Constitución de 1991, garantistas de los derechos de los consumidores, relacionadas con la promoción, protección y garantía de los derechos basadas en el respeto a su dignidad y a sus derechos económicos; este aspecto expresa que la confianza en la adquisición de un bien o servicio podría afectar la economía doméstica de un consumidor, menuda en parte por las circunstancias socio-económicas de Colombia y de manera particular en la Región Caribe.

Los datos obtenidos en el marco de la ejecución del programa Consuma Caribe son significativos en la medida que 1489 encuestas realizadas a ciudadanos de todos los estratos sociales, en las ciudades de Santa Marta, Cartagena y Sincelejo, permiten afirmar que el desconocimiento de la norma es transversal y lo es más el desconocimiento de los derechos de los consumidores, confundido con derechos fundamentales, por una parte, y por la otra, que no están claras las rutas para acceder a la defensa legal en caso de que procedan las acciones respectivas. Con lo cual existe un problema de ineficacia de la norma que debe ser corregido porque afecta el acceso a derechos.

Así las cosas, este trabajo da cuenta del tipo de vulneración asociada al desconocimiento de los derechos del consumidor por parte del comercio organizado en la ciudad de Cartagena, lo que permite reconstruir la realidad en torno de las relaciones de consumo y las categorías emergentes de vulneraciones a los consumidores, y en esa medida, saber los sectores que se van a intervenir de manera prospectiva estimulando mejores prácticas en la oferta de bienes y servicios en el marco de las relaciones de consumo.

El abordaje de este artículo se articula alrededor de las siguientes preguntas problema: ¿Cuáles son los sectores económicos donde existe mayor vulneración de los derechos de consumidores en la ciudad de Cartagena? ¿Cuál es la tipología más frecuente de prácticas constitutivas de violaciones en las relaciones de consumo?

## Metodología

El presente resultado es un informe de avance de una investigación en torno de los del fortalecimiento de los derechos de los consumidores, la misma se aborda desde los parámetros de la investigación cualitativa, exploratoria, de tipo socio jurídico, las técnicas de recolección de la información se basan en la captura de información primaria desde la plataforma de atención HORUS<sup>1</sup> la cual permite el seguimiento y trazabilidad de la reclamación. Para ello, el artículo se estructura en dos partes: en primer lugar será planteado un marco jurídico en torno de la naturaleza jurídica de las ligas y organizaciones de consumidores y el carácter poliédrico del derecho del consumo desde la perspectiva de la Corte Constitucional colombiana y de los conceptos de garantía legal y condiciones generales de contratación, seguidamente se procederá a analizar y caracterizar las reclamaciones de los consumidores atendidos por la Liga Universitaria de Consumidores de la Universidad de Cartagena, lo cual nos permitirá determinar pautas generales de comportamiento entre los oferentes de bienes y servicios en la ciudad de Cartagena en el marco de las relaciones de consumo.

## Marco jurídico y conceptual

No basta que la ley 1480 de 2011, Estatuto del Consumidor, enuncie catálogo de derechos en cabeza del consumidor, es necesario que la misma sea eficaz, aspecto que precisamente según el análisis que se propone no alcanza niveles satisfactorios. El Estatuto del Consumidor no es sólo para consumidores, sino también para los productores y proveedores en el marco de las relaciones de consumo “en todos los sectores de la economía donde no exista regulación especial” (ley 1480 de 2011, artículo 2).

---

<sup>1</sup> HORUS es plataforma tecnológica del Programa Consuma Caribe para la gestión digital y cooperación en los procesos administrativos y de trámite de quejas y denuncias. Opera en el dominio <http://horus.consumacaribe.org>

Dicha norma jurídica brinda a los consumidores una serie de prerrogativas frente a cada una de las cuales surge un deber que corresponde a las partes involucradas en la relación comercial, derivando incluso responsabilidad extracontractual para el productor que fué participe de una relación contractual directa con el último eslabón de la relación de consumo o adquirente final. Así las cosas, tomaremos como referente los conceptos de garantía legal, publicidad y condiciones generales de contratación, ejes alrededor del cual se tejen las vulneraciones de derechos más frecuentes.



## ***Garantía***

El derecho a la garantía se encuentra contenido en el Estatuto del Consumidor cuando enuncia que los consumidores tienen derecho a recibir productos de calidad “de conformidad con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado” (ley 1480 de 2011, artículo 3.1.1). Además, encuentra su fundamento la figura jurídica de las garantías en la obligación del productor contenida en el artículo 6 del Estatuto:

Calidad, idoneidad y seguridad de los productos. Todo productor debe asegurar la idoneidad y seguridad de los bienes y servicios que ofrezca o ponga en el mercado, así como la calidad ofrecida. En ningún caso estas podrán ser inferiores o contravenir lo previsto en reglamentos técnicos y medidas sanitarias o fitosanitarias. (Ley 1480 de 2011, artículo 6).

El mismo compendio normativo define la garantía como aquella Obligación temporal, solidaria a cargo del productor y el proveedor, de responder por el buen estado del producto y la conformidad del mismo con las condiciones de idoneidad, calidad y seguridad legalmente exigibles o las ofrecidas. La garantía legal no tendrá contraprestación adicional al precio del producto. (Ley 1480 de 2011, artículo 5.5)

Adicionalmente menciona que la garantía legal “es la obligación, en los términos de esta ley, a cargo de todo productor y/o proveedor de responder por la calidad, idoneidad, seguridad y el buen estado y funcionamiento de los productos” (Ley 1480 de 2011, artículo 7).

Así, vemos que fundamentalmente la garantía es una forma de protección al consumidor frente a un defecto del producto, que implica el llamamiento al productor y/o proveedor, para que responda por las condiciones de calidad (que el producto corresponda con las características inherentes y las atribuidas a él en la información), idoneidad (que cumpla con las necesidades para las cuales fue puesto en el mercado) y seguridad (que no cause daño en condiciones normales de uso).

La existencia de una garantía, bien sea la legal o una complementaria, implica que tanto el productor como el proveedor del bien o servicio se obligan de manera solidaria a responder por las condiciones de calidad, idoneidad y seguridad de los productos. Ello supone que en el evento de existir un detrimento a los intereses del consumidor, este podrá demandar el cumplimiento de la garantía de cualquiera de los dos, en los términos del artículo 2344 del Código Civil y 6 y 10 de la ley 1480 de 2011, pues ambos participan de la cadena de consumo en una posición de mayor ventaja con respecto al consumidor.

En tal sentido, el consumidor se encuentra facultado para exigir la garantía ante el mismo productor o proveedor en un término legal de un año contado a partir de la entrega del producto, si se trata de bienes muebles nuevos, y en caso de los usados, la ley permite que estos sean vendidos sin garantía cuando ésta ya haya expirado, sin embargo se requiere que el

consumidor sea informado expresamente y por escrito de las condiciones en las que adquiere el bien, pues de lo contrario se entenderá que lo cobija una garantía de tres meses.

No obstante, lo enunciado anteriormente no es más que la regla general, pues existen ciertos bienes muebles cuyos términos de garantía varían: en los productos perecederos, por ejemplo, el término de la garantía corresponde con la fecha de expiración o vencimiento, y los vehículos de servicio público de transporte de pasajeros cuentan con una garantía legal de seis meses, es decir, la mitad de la garantía de un bien mueble común.

En caso de los vehículos existe otra particularidad, y es que los plazos de las garantías están expresadas en forma de conjunciones disyuntivas, presentando una medida de tiempo y otra de kilómetros recorridos: un año o 20.000 Km para los vehículos particulares, por ejemplo. Ello implica que si un automóvil de uso particular nuevo cumple con la condición de haber recorrido 20.000Km antes de que su dueño cumpla un año con él en su poder, la garantía habrá expirado. Igualmente pasará si, aún sin haberse cumplido los 20.000 Km, pasa un año.

Bajo estos supuestos, el consumidor podrá optar en primer lugar por una reparación completamente gratuita de los defectos del bien cuando esta sea posible, y en caso de que el producto quede completamente inservible puede pedir inmediatamente la restitución del dinero o el cambio por uno de la misma especie, similares características o especificaciones técnicas. Si la falla es reincidente, el consumidor queda facultado para exigir bien sea una nueva reparación, la devolución total o parcial del dinero, o el cambio total o parcial del producto.

Ahora bien, en el caso de los bienes inmuebles el plazo de la garantía legal es de 10 años contados a partir de la entrega del bien a su propietario, e incluye la estabilidad de la obra, así como de un año para los acabados, los cuales, de haberse solicitado el cambio, deberán ser de iguales o superiores condiciones de calidad, pero no necesariamente iguales.

Al tratarse de la prestación de servicios,

En el que el prestador tiene una obligación de medio, la garantía está dada, no por el resultado, sino por las condiciones de calidad en la prestación del servicio, según las condiciones establecidas en normas de carácter obligatorio, en las ofrecidas o en las ordinarias y habituales del mercado. (Ley 1480 de 2011, artículo 7)



Dichos servicios pueden ser prestados sin ofrecer garantía cuando ella implica la entrega del bien para la reparación del mismo, para lo cual el prestador del servicio deberá informar al consumidor, quien deberá aceptar por escrito, pues de lo contrario se presumirá una garantía de tres meses contados a partir de la entrega del bien a quien solicitó el servicio (Ley 1480 de 2011, artículo 8).

La garantía supone también la obligación por parte del proveedor y productor de:

- Proveer las instrucciones de instalación, mantenimiento y utilización del producto.
- Contar con un servicio de asistencia técnica para la instalación, mantenimiento y utilización del producto.
- Entregar el producto materialmente y adelantar el registro que corresponda, cuando se trate de bienes inmuebles o muebles sometidos a registro.
- Proveer repuestos, partes, insumos y mano de obra capacitada, durante el plazo legal de la garantía y, después de este, durante el tiempo que indique el legislador. En caso de automóviles, por

ejemplo, la obligación de suministrar adecuada y oportunamente material de reposición que asegure la idoneidad del vehículo se prolonga por 10 años después del vencimiento de la garantía.

En cuanto a las garantías suplementarias, estas pueden ser entendidas como una extensión o mejora de los términos de cobertura de una garantía legal, bien sea porque la exceden en tiempo o servicios prestados. Este tipo de garantías siempre “deberán constar por escrito, ser de fácil comprensión y con caracteres legibles a simple vista” (Ley 1480 de 2011, artículo 14). Sin embargo, quizá el rasgo más particular de las garantías suplementarias es que pueden ser ofrecidas en el mercado por “terceros especializados que cuenten con la infraestructura y recursos adecuados para cumplir con la garantía” (Ley 1480 de 2011, artículo 13), lo cual implica la adición de un miembro más a la cadena de consumo, al cual podrá ser atribuida responsabilidad en la misma medida y en los mismos términos que al productor y/o proveedor.

Finalmente, es necesario mencionar que, si bien es cierto el primer paso del consumidor para hacer valer una garantía siempre debe ser mediante una reclamación directa ante el obligado, el Estatuto del Consumidor también prevé la acción de protección al consumidor para que éste haga valer sus derechos ante un ente jurisdiccional. Tal como se observa en el artículo 58.3, el consumidor cuenta con un año luego del vencimiento de la garantía para interponer esta acción, siendo necesario aportar constancia de la reclamación directa ante el demandado quien, dicho sea de paso, no necesita actuar por medio de abogado apoderado, sino que puede hacerlo siempre en nombre propio, o encontrándose representado por una liga o asociación de consumidores, como es el caso de la de la Universidad de Cartagena.

Así, vemos cómo el legislador ha brindado una serie de normas que permiten efectivizar la figura jurídica de la garantía, la cual tiene un carácter fundamental dentro de la estructura del derecho del consumo, pues ella le permite al consumidor exigir el cumplimiento de las obligaciones de calidad, idoneidad y seguridad de los productos que han sido introducidos al mercado por el productor o proveedor.

## ***b. Publicidad***

La publicidad cumple una función esencial dentro del mercado: informa ya ayuda a inclinar la decisión de compra del consumidor a favor

de determinado producto. A través de los años la actividad publicitaria ha pasado de ser una simple provisión de información sobre la utilidad y calidades del producto, para convertirse en una herramienta que tienen los empresarios para, a través de activos inmateriales, lograr que el producto sea único entre la amplia competencia (Vilches, 2012).

El Estatuto del Consumidor la define como “toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo” (ley 1480 de 2011, artículo 5.12), atribuyéndole además el carácter de generar obligaciones vinculantes para el anunciante, en relación a las condiciones objetivas y específicas anunciadas, sobre todo en lo que tiene que ver con promociones y ofertas, pues ese es quizá el caso más cotidiano que vivimos.

El legislador menciona que “Las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad obligan al anunciante, en los términos de dicha publicidad” (ley 1480 de 2011, artículo 29), y además que

Los términos de las promociones y ofertas obligan a quien las realice y estarán sujetas a las normas incorporadas en la presente ley.

Las condiciones de tiempo, modo, lugar y cualquier otro requisito para acceder a la promoción y oferta, deberán ser informadas al consumidor en la publicidad. (Ley 1480 de 2011, artículo 33)

Los mecanismos que utilizan los empresarios para dar a conocer sus productos y lograr que estos sean, no solo identificados e individualizados, sino memorables para el consumidor, incluyen el empleo de todo tipo de marcas comerciales (convencionales y no convencionales), lemas, slogans, pero sobre todo promesas, pues evidentemente un consumidor promedio preferirá adquirir el bien y servicio que ofrezca las condiciones de calidad e idoneidad que le parezca más favorable para cumplir con sus necesidades y gustos, por lo cual los productores y proveedores de desbordan, en ocasiones, para poner en el mercado productos con una publicidad que no corresponde con la realidad.

Por ello, una de las prerrogativas que la ley 140 de 2011 pone en cabeza del consumidor es la protección contra la publicidad engañosa, figura que se encuentra definida en el Estatuto como “aquella cuyo mensaje no corresponda a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión” (ley 1480 de 2011, artículo 5.13).

Vemos cómo día a día nos encontramos bombardeados por publicidad, bien sea en el espacio público, o en la privacidad de nuestros hogares,

lo cual supone que, como consumidores, debemos ser protegidos frente a los perjuicios que pueda generar una información errada publicitada por un productor o proveedor sin escrúpulos, razón por la cual el artículo 30 del Estatuto prohíbe tácitamente la publicidad engañosa y determina la responsabilidad, no solo del anunciante, frente a los perjuicios ocasionados, sino del medio de comunicación en el que se haya efectuado la publicidad, cuando este actúe con dolo o culpa grave.

De todo lo anterior puede deducirse que el empresario que realiza una pieza publicitaria que le da el poder que entrar a la vida privada y cotidiana de una persona, mediante los medios de comunicación, debe soportar la responsabilidad que ello acarrea, y responder por las condiciones en que lo hace y los efectos que esta genera.

Veamos entonces otra de las formas en las que trata de balancearse la posición dominante del productor o proveedor frente a un consumidor investido de derechos mediante el Estatuto.

## ***Condiciones generales de contratación***

Uno de los derechos del consumidor contenidos en el artículo 3 de la ley 1480 de 2011 es la protección contractual. Esta se refiere a que el consumidor debe encontrarse protegido de las cláusulas abusivas, máxime en los contratos que no tiene la posibilidad de negociar, sino que únicamente tiene la opción de celebrar o no hacerlo, pues las cláusulas han sido previamente elaboradas y establecidas unilateralmente por el proveedor, es decir en los contratos de adhesión.

La misma norma define este tipo de contrato como: “Aquel en el que las cláusulas son dispuestas por el productor o proveedor, de manera que el consumidor no puede modificarlas, ni puede hacer otra cosa que aceptarlas o rechazarlas” (Ley 1480 de 2011, artículo 4.4), resaltando de tal forma la asimetría que existe entre un productor o proveedor cuya experiencia y conocimientos en el desarrollo de su actividad económica le permiten pre-disponer sus condiciones contractuales frente a un consumidor inexperto que no tiene la libertad de discutir o modificar el articulado, solo puede adherirse o no celebrar el negocio jurídico.

Los consumidores, en ese marco de información asimétrica y desigualdades fácticas con los comercializadores y productores, adoptan sus decisiones de adquisición de bienes y servicios basados, esencialmente, en relaciones de

confianza. El prestigio obtenido por determinada marca, la novedad del bien o, en muchas ocasiones, el éxito mediático de una campaña publicitaria, llevan al consumidor a optar por determinado producto, incluso en aquellos casos en que su uso conlleva riesgo social, como sucede con los alimentos, los fármacos de venta libre, los vehículos, etc. (Corte Constitucional, sentencia C-749 de 2009).

No obstante lo anterior, el legislador colombiano ha decidido no realizar una prohibición de facto de este tipo de contratos, sino más bien limitar el poder que, en virtud de la celeridad del mercado, se le brinda a los productores y proveedores, estableciendo unas condiciones generales de contratación que encausan las prácticas de los predisponentes hacia el respeto del derecho y el deber de información que permea todo el Estatuto.

Entre dichas condiciones se encuentran:

1. Haber informado suficiente, anticipada y expresamente al adherente sobre la existencia efectos y alcance de las condiciones generales. En los contratos se utilizará el idioma castellano.
2. Las condiciones generales del contrato deben ser concretas, claras y completas.
3. En los contratos escritos, los caracteres deberán ser legibles a simple vista y no incluir espacios en blanco, En los contratos de seguros, el asegurador hará entrega anticipada del clausulado al tomador, explicándole el contenido de la cobertura, de las exclusiones y de las garantías. (Ley 1480 de 2011, artículo 37).

Y continúa el legislador para establecer una sanción al negocio jurídico, la ineficacia, para las cláusulas que, por no observar los anteriores lineamientos, se tornen abusivas para con el consumidor, además realizando una prohibición expresa de toda cláusula que permita al productor o proveedor sustraerse de sus obligaciones o modificar el contrato unilateralmente (ley 1480 de 2011, artículo 38) y estableciendo la obligación de dejar constancia escrita de la aceptación del adherente a más tardar en los tres días siguientes a la solicitud.

Las cláusulas abusivas que se insertan en las listas negras son las utilizadas con mayor regularidad y, por ser consideradas como irrazonables y perjudiciales para los intereses del adherente (o consumidor), la ley no admite ninguna posibilidad de ser valoradas posteriormente en cuanto a su abusividad, toda vez que el legislador ya ha hecho una valoración previa sobre la

# AMBIENTE JURÍDICO

CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOJURÍDICAS

dañosidad de las mismas significando su poderío para romper el equilibrio jurídico del contrato (Posada, 2004, pp. 195).

Finalmente, en cuanto a las cláusulas de permanencia mínima, el Estatuto del Consumidor dictamina que estas solo pueden ser pactadas en los contratos de tracto sucesivo por un año, y cuando...

...el consumidor obtenga una ventaja sustancial frente a las condiciones ordinarias del contrato, tales como cuando se ofrezcan planes que subsidien algún costo o gasto que deba ser asumido por el consumidor, dividan el pago de bienes en cuotas o cuando se incluyan tarifas especiales que impliquen un descuento sustancial". (Ley 1480 de 2011, artículo 41).

En ese sentido, el proveedor tiene la obligación de ofrecer también al consumidor la alternativa de un contrato sin cláusula de permanencia mínima, para que este pueda formar un conocimiento verdaderamente informado y sopesar si los beneficios que ofrece el proveedor son suficientes y de su agrado.



Así, vemos cómo mediante todas estas disposiciones lo que el legislador busca es equilibrar la balanza a favor de un consumidor que obra con una libertad de elección restringida con respecto a un productor o proveedor que ejercen una posición dominante en la relación de consumo, lo cual es quizá una de las principales razones por las que surge el Estatuto del Consumidor en primer lugar.

Conozcamos ahora un poco sobre los entes que el Estatuto concibe para la protección y promoción de los derechos del consumidor en cabeza de la ciudadanía.

## **Papel de las ligas universitarias en la Red Nacional de Protección al Consumidor**

Uno de los objetivos que se plantearon con la expedición de la Ley 1480 de 2011 es garantizar de manera efectiva los derechos de todos los consumidores en cada una de las regiones del país, de tal manera que el nuevo Estatuto del Consumidor armonice con lo dispuesto por el artículo 78 de la Constitución Política de 1991. La estrategia que se implementó para lograrlo se da mediante un proceso de descentralización y articulación de todas las autoridades administrativas que tengan asignadas funciones de protección al consumidor con el fin de fortalecer los canales hacia la ciudadanía en dicha materia. Para ello, en el Estatuto del Consumidor se ordenó la implementación de la Red Nacional de Protección al Consumidor (RNPC), cuya función principal se encuentra establecida en su artículo 75, expresando:

La Red estará encargada de difundir y apoyar el cumplimiento de los derechos de los consumidores en todas las regiones del país, recibir y dar traslado a la autoridad competente de todas las reclamaciones administrativas que en materia de protección al consumidor se presenten y brindar apoyo y asesoría a las alcaldías municipales para el cumplimiento adecuado de sus funciones otorgadas por el estatuto. (Ley 1480 de 2011, art. 75, inc. 4).

En cuanto a su conformación, hacen parte de la RNPC los consejos de protección al consumidor de carácter nacional o local, las alcaldías y autoridades administrativas del orden nacional que tengan competencia en materia de protección al consumidor, las ligas y asociaciones de consumidores y la Superintendencia de Industria y Comercio. Esta última tiene a su cargo velar por el adecuado funcionamiento y conformación de la Red.

Vemos entonces que en lo definido por la Corte Constitucional como el carácter poliédrico del Derecho del Consumidor se abordan en las funciones y actores que conforman la RNPC, pues dicha Corporación en las sentencias C-149 de 2009 y C-1141 de 2000 expone que los derechos del consumidor se desarrollan sustancial, procesal y participativamente, señalando:

Los derechos del consumidor, no se agotan en la legítima pretensión a obtener en el mercado, de los productores y distribuidores, bienes y servicios que reúnan unos requisitos mínimos de calidad y de aptitud para satisfacer sus necesidades, la cual hace parte del contenido esencial del derecho del consumidor. El derecho del consumidor, cabe advertir, tiene carácter poliédrico. Su objeto, en efecto, incorpora pretensiones, intereses y situaciones de orden sustancial (calidad de bienes y servicios; información); de orden procesal (exigibilidad judicial de garantías; indemnización de perjuicios por productos defectuosos; acciones de clase etc.); de orden participativo (frente a la administración pública y a los órganos reguladores. (Corte Constitucional, sentencia C-1141 de 2000, M.P. Eduardo Cifuentes Muñoz).

Por lo tanto, el concepto participativo del Derecho del Consumo se desarrolla a través de la promoción para la creación y fortalecimiento de ligas y asociaciones de consumidores, pues es precisamente este componente el que delimita la importancia de estas asociaciones de carácter civil; lo que en últimas es una manifestación del derecho constitucional a la asociación establecido en el artículo 38 de la Carta Superior, y una garantía dirigida a la efectividad de la participación y la democracia como fines esenciales del Estado Social de Derecho en Colombia.

Tanto así, que la Ley 1480 de 2011 establece que la participación es un derecho de los consumidores y que éste se expresa en la organización y asociación “para proteger sus derechos y deberes, elegir a sus representantes, participar y ser oídos por quienes cumplan funciones públicas en el estudio de las decisiones legales y administrativas que les conciernen, así como a obtener respuesta a sus peticiones.” (Art. 3, núm. 1.8). De la misma manera, el derecho a la participación es complementado por el derecho a la representación (Art. 3, núm. 1.9, Ley 1480 de 2011) y el derecho a informar (Art. 3, núm.1.10, Ley 1480 de 2011), otorgándoles, en consecuencia, las herramientas normativas necesarias y tendientes a que las asociaciones

en cuestión tengan voceros para expresarse y hacerse representar en todas las decisiones que los afecten, así como acceso a los medios masivos de comunicación, para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de sus derechos como partícipes en la cadena de consumo.

Al respecto, indica la jurisprudencia de la Corte Constitucional:

Los poderes públicos, en las instancias de producción y aplicación del derecho, en la permanente búsqueda del consenso que es característica del Estado social y misión de sus órganos, deben materializar como elemento del interés público que ha de prevalecer, el de la adecuada defensa del consumidor, para lo cual deben habilitarse procedimientos y mecanismos de participación y de impugnación con el fin de que sus intereses sean debidamente tutelados. *La apertura y profundización de canales de expresión y de intervención de los consumidores, en los procesos de decisión de carácter público y comunitario, pertenecen a la esencia del derecho del consumidor*, puesto que sin ellos los intereses difusos de este colectivo, que tienen carácter legítimo, dejan de proyectarse en las políticas públicas y en las actuaciones administrativas, con grave perjuicio para el interés general y la legitimidad de la función pública, llamada no solamente a aplicar el derecho preexistente sino a generar en torno de sus determinaciones el mayor



consenso posible. (Corte Constitucional, sentencia C-1141 de 2000, M.P. Eduardo Cifuentes Muñoz). (Las subrayas son nuestras).

De ahí la pertinencia de incluir a las ligas y asociaciones de consumidores como integrantes de la RNPC, pues así se facilitan alianzas entre éstas, las autoridades administrativas competentes y las alcaldías, lo cual debería reforzar la protección y promoción de los derechos de los consumidores en las regiones, pues de esta manera se abren más canales para garantizar las disposiciones de la Ley 1480 de 2011 y su reglamentaciones.

Esta estrategia se fortalece con la creación e implementación de las Ligas Universitarias de Consumidores, las que en alianza con la Confederación Colombiana de Consumidores e integrante de la RNPC, permite que cuenten con una herramienta que respalde, proteja y represente sus legítimos intereses y derechos, difunda y eduque acerca de las disposiciones del Estatuto del Consumidor, impulse la organización de nuevas ligas de consumidores y, en general, fomente el fortalecimiento de los consumidores a través de la información y la participación ciudadana, desde los consultorios jurídicos de las Universidades del país. Al respecto, Padilla, Quiroz y Reyes (2014) expresan:

De tal forma, se entiende que las funciones de las Ligas de Consumidores son de suma importancia puesto que no se limitan a la atención eficaz y oportuna de las quejas, reclamos o solicitudes que realicen los consumidores con la pretensión de proteger y respetar sus derechos, sino que constituye un verdadero ente activo que permea desde diversos ámbitos la protección y promoción de los derechos del consumidor mediante ese amplio campo de acción que el legislador le otorga, como por ejemplo, la difusión amplia de los derechos del consumidor y las formas como estos pueden hacerlos valer, lo cual se refiere directamente al derecho de la educación al consumidor, mediante la cual se blindo a éste de eventuales abusos derivados del desconocimiento de los canales de protección. Por tal motivo, razón tiene la Corte Constitucional al calificar a las ligas y asociaciones de consumidores como Policía Cívica, ya que los son los mismos ciudadanos agrupados en estas organizaciones, los que participan y velan activamente por la disminución de la desprotección del consumidor frente a las empresas, ya sean distribuidoras o productoras de bienes y/o servicios. (p. 454).

En este contexto, las ligas universitarias de consumidores intervienen como un complemento importante a la labor de las autoridades adminis-

trativas con competencias en materia de derecho del consumidor, las alcaldías locales e incluso las ligas de consumidores no universitarias que están conformadas o se vayan a conformar, pues permite que desde los centros académicos se generen espacios donde lo jurídico se articule con lo social y lo cívico, pues las ligas universitarias de consumidores establecidas en los consultorios jurídicos de las universidades acogen la labor de educar, concientizar y brindar herramientas a los consumidores en determinado territorio para que conozcan sus derechos y deberes, los mecanismos jurídicos para hacerlos efectivos y se propenda por una cultura de ciudadanos informados y responsables que hagan frente a la posición dominante de los productores y proveedores de bienes y servicios.

## **Caracterización de las reclamaciones, demandas y denuncias interpuestas por medio de la Liga de Consumidores de la Universidad de Cartagena.**

Resultados previos del Programa Consuma Caribe permiten concluir que en la Costa Caribe, más del 50% de las personas desconoce la existencia de sus derechos y del Estatuto del Consumidor, si se toma como referente la encuesta aplicada en las ciudades de Cartagena, Sincelejo y Santa Marta, circunstancia que según el análisis de datos de la plataforma Horus es reiterativo en el día a día de las relaciones de consumo, el desconocimiento implica que frente a una vulneración no haya reclamo y por lo tanto los oferentes de bienes y servicios los sigan desconociendo.

*Tabla 1. Conocimiento de la regulación y los derechos de consumidores en Cartagena, Santa Marta y Sincelejo.*

Ciudades	Conocimiento de los derechos de consumidor		Conocimiento del Estatuto del Consumidor	
	No	Sí	No	Sí
Cartagena	54%	46%	49%	49%
Santa Marta	60%	40%	51%	47%
Sincelejo	60%	40%	56%	44%

Fuente: Los autores con base en encuesta Consuma Caribe (2015)

Desde la Liga Universitaria de Consumidores de la Universidad de Cartagena, se desarrolla el carácter participativo del Derecho del Consumo, ofreciendo asistencia legal a usuarios, circunstancia que ha permitido recolectar información primaria relacionada con las reclamaciones, demandas y denuncias respectivas. Esto permite construir una caracterización de las violaciones más recurrentes de los productores y/o distribuidores a los consumidores, indicativas de las vulneraciones de los sujetos que participan en la relación de consumo.

El conocimiento en torno al cumplimiento, respeto y conocimiento de las normas de protección al consumidor y la identificación de los sectores empresariales que más conflictos generan en esta materia, entre otros aspectos reflejan el estado del amparo de los derechos de los consumidores atendidos por la Liga Universitaria de Consumidores de la Universidad de Cartagena. En este contexto, dos ejercicios importantes se han verificado: la primera acción se concretó en una brigada jurídica de promoción y defensa de los derechos del consumidor y la segunda en la atención desde la plataforma del consultorio jurídico por el equipo de la Liga Universitaria de Consumidores y Consuma Caribe. A continuación se plantean los resultados y su respectivo análisis:

En la Primera Brigada de Protección al Consumidor, realizada por el Equipo Consuma Caribe, fue posible recolectar, información relacionada con prácticas de los productores y proveedores que más generan conflicto con los intereses de los usuarios, así como la caracterización socioeconómica de los mismos.

Los sectores accionados, derechos alegados, procedimientos realizados (reclamaciones directas, demandas y/o denuncias), y etapa de atención en la que se encuentran actualmente los casos atendidos durante esta primera actividad se detallan a continuación:

# AMBIENTE JURÍDICO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS - UNIVERSIDAD DE MANIZALES

*Tabla 2. Acciones derivadas de la I Brigada de Protección al Consumidor*

ID en Horus	Tipo de empresa accionada	Derecho alegado	Procedimiento realizado	Etapas de atención actual
114	Telecomunicaciones - Telefonía móvil	Garantía	Reclamación directa	Evaluar procedibilidad
115	Telecomunicaciones - Telefonía móvil	Garantía	Demanda	Proceso en trámite ante la SIC
ID Usuario en Horus	Tipo de empresa accionada	Derecho alegado	Procedimiento realizado	Etapas de atención actual
117	Venta de boletería	Garantía	Demanda	Decisión favorable del proceso
118	Telecomunicaciones - Telefonía móvil	Garantía	Demanda	Proceso en trámite ante la SIC
119	Venta de electrodomésticos	Garantía	Demanda	Redacción de la demanda
120	Venta de electrodomésticos	Garantía	Reclamación directa	Evaluar procedibilidad
121	Venta de ropa o calzado	Garantía	Reclamación directa	Evaluar procedibilidad
123	Venta de electrodomésticos	Garantía	Demanda	Presentación de la demanda

Fuente: elaboración propia, Programa Consuma Caribe-Colciencias (2015)

Así, se tiene que los procedimientos realizados en ejecución de la jornada fueron dos de los contemplados en el Estatuto del Consumidor, a saber: reclamación directa interpuesta ante el proveedor o demanda (acción de protección al consumidor). Asimismo, se atendieron las consultas de dos usuarios interesados en conocer sus derechos como consumidores. En concreto se tiene lo siguiente:

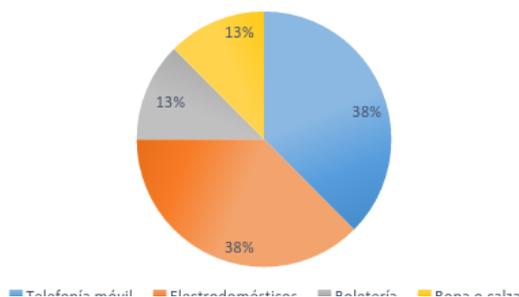
*Tabla 3. Casos atendidos en la I Brigada de Protección al Consumidor*

Procedimiento realizado	Número de casos
Reclamación directa/petición	3
Demanda	5
Consultas	2
Total casos atendidos	10

Fuente: elaboración propia, Programa Consuma Caribe-Colciencias (2015)

En ese sentido, se evidencia también que la mayoría de las acciones instauradas durante la Primera Brigada de Protección al Consumidor fueron demandas, las cuales fueron dirigidas a hacer efectivas las garantías ante compañías del sector de la telefonía móvil y del sector de electrodomésticos, así:

*Gráfico 1. Sectores accionados en la Primera Brigada de Protección al Consumidor*

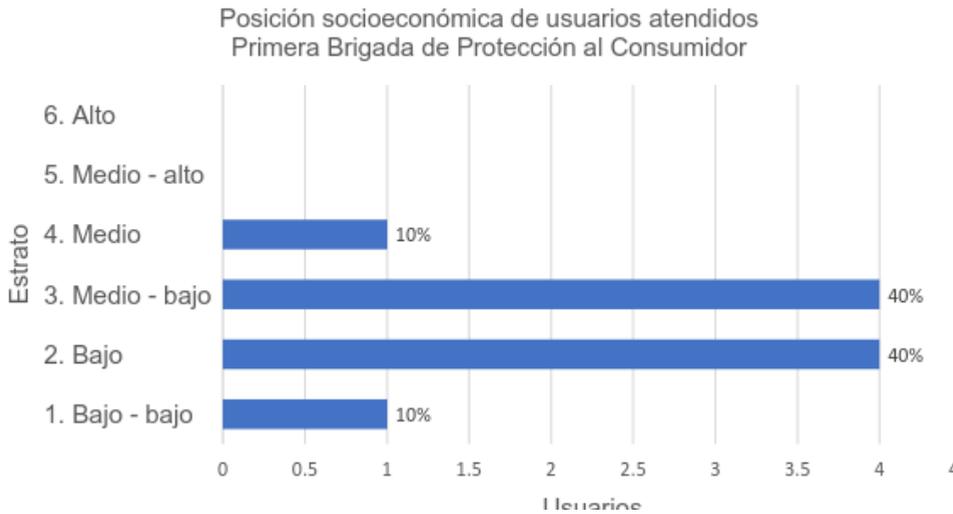


Fuente: elaboración propia Programa Consuma Caribe-Colciencias (2016)

Los dos sectores que reiteradamente vulneran los derechos de los consumidores, según el primer corte de información de la brigada, es el sector de telefonía móvil y el de electrodomésticos. En ambos sectores, la categorías de vulneración se enmarcan en el desconocimiento de los productores y distribuidores del derecho de los consumidores a recibir productos idóneos para satisfacer la necesidad para la cual han sido comercializados, es decir, se registraron en todos los casos problemas con el cumplimiento oportuno de la garantía legal. Por ejemplo, dos usuarios atendidos manifestaron que el proveedor de un celular que adquirieron se negaba a cumplir la garantía vigente por daños después de unos meses de haberlos comprado, alegando uso indebido por el consumidor. Esta causal, en ambos casos, fue contradicha en la respuesta a las demandas presentadas por los usuarios, en el marco de la brigada de atención, pues en ambos trámites, las empresas demandadas se atuvieron a las pretensiones de cambio del producto por uno nuevo o devolución del dinero si lo anterior no fuera posible, haciendo valer la garantía de los equipos celulares por la vía judicial, en vez de adoptar posiciones que reflejaran buenas prácticas empresariales como permitirles a sus consumidores la reparación integral, oportuna y adecuada de los daños manifestados en sus reclamaciones previas.

Respecto a la posición socioeconómica de los usuarios atendidos en la Primera Brigada de Protección al Consumidor, los registros en la plataforma HORUS indican que de los 10 usuarios atendidos el 80% pertenecen al estrato 2 y 3, tal como se evidencia a continuación:

*Gráfico 2. Posición socioeconómica de los usuarios atendidos en la I Brigada de Protección al Consumidor (20 de noviembre de 2015)*



Por otra parte, como informe de la caracterización de casos atendidos desde la plataforma Horus en el año 2016 se tiene que, se han atendido un total de treinta y ocho (38) casos en el periodo comprendido entre marzo y junio de 2016. Los procedimientos (reclamaciones directas, demandas y/o denuncias, entre otros), sectores accionados y etapa de los procesos se detallan en la tabla 4.

Tomando en consideración los casos atendidos por la Liga Universitaria, podemos identificar las categorías emergentes que se describen a continuación relacionadas con: incumplimiento de la garantía legal de calidad e idoneidad, cláusulas abusivas en contratos de adhesión, información insuficiente, publicidad engañosa, incumplimiento de las condiciones contractuales, desconocimiento del derecho de retracto, desconocimiento del derecho a la reversión del pago y violaciones al derecho a la reparación integral, oportuna y adecuada de los daños sufridos por los consumidores cuando presentan reclamaciones directas o peticiones.

*Tabla 4. Acciones y casos atendidos en el Consultorio Jurídico de la Universidad de Cartagena – Liga Universitaria de Consumidores (periodo: marzo- junio de 2016).*

ID en Horas	Tipo de empresa accionada	Derecho alegado	Procedimiento realizado	Etapas de atención actual
129	Viajes - tiempo compartido	Derecho de retracto	Demanda	Proceso en trámite ante la SIC
139	Envíos internacionales	Garantía	Demanda	Redacción de la demanda
140	Viajes - tiempo compartido	Devolución de dinero y terminación de contrato por incumplimiento	Demanda	Proceso en trámite ante la SIC
141	Telecomunicaciones-Internet	Terminación de contrato y reliquidación de facturas	Recurso de reposición en subsidio de apelación	Respuesta favorable del recurso de reposición
142	Telecomunicaciones-Telefonía fija, internet y televisión	Habeas data	Derecho de petición	Evaluar procedibilidad
144	Cooperativa de trabajo asociado – Crédito	Habeas data	Derecho de petición	Evaluar procedibilidad
172	Telecomunicaciones-Telefonía móvil	Garantía	Subsanación de la demanda	Proceso en trámite ante la SIC – Orden de archivo por desistimiento
173	Telecomunicaciones-Telefonía móvil	Garantía	Demanda	Proceso en trámite ante la SIC
176	Venta de muebles	Garantía	Demanda	Proceso en trámite ante la SIC
177	Venta de muebles	Garantía	Demanda	Proceso en trámite ante la SIC
178	Telecomunicaciones-Telefonía móvil	Garantía	Demanda	Proceso en trámite ante la SIC
179	Telecomunicaciones-Telefonía móvil	Garantía	Demanda	Proceso en trámite ante la SIC
180	Venta de boletería	Garantía	Demanda	Proceso en trámite ante la SIC
181	Venta de muebles	Devolución de dinero por publicidad engañosa	Reclamación directa	Evaluar procedibilidad
182	Venta de electrodomésticos	Garantía	Demanda	Redacción de la demanda
183	Casas de empeño	Devolución de dinero por información engañosa	Reclamación directa	Evaluar procedibilidad
184	Telecomunicaciones-Telefonía móvil	Garantía	Demanda	Proceso en trámite ante la SIC
185	Viajes - tiempo compartido	Protección colectiva de los consumidores	Denuncia	Decisión del proceso- Archivo
186	Venta de electrodomésticos	Garantía	Reclamación directa	Evaluar procedibilidad
188	Telecomunicaciones-Telefonía móvil	Garantía	Demanda	Proceso en trámite ante la SIC
189	Telecomunicaciones-Telefonía móvil	Garantía	Demanda	Redacción de la demanda
190	Telecomunicaciones-Servicio de televisión	Devolución de dinero por servicio no solicitado	Reclamación directa	Evaluar procedibilidad
191	Concesionario-Automóviles	Devolución de dinero por información engañosa	Reclamación directa	Evaluar procedibilidad
192	Telecomunicaciones-Telefonía móvil	Protección colectiva de los consumidores y garantía	Denuncia y Demanda	Redacción de la denuncia – Presentación de la demanda
193	Telecomunicaciones-Telefonía móvil	Garantía	Demanda	Presentación de la demanda
194	Venta de electrónicos	Garantía	Memorial de impulso procesal	Proceso en trámite ante la SIC
195	Telecomunicaciones-Telefonía móvil	Garantía	Demanda	Presentación de la demanda
196	Viajes - tiempo compartido	Terminación de contrato y devolución de dinero por información engañosa	Demanda	Presentación de la demanda
197	Venta de calzado	Garantía	Demanda	Presentación de la demanda
198	Venta de electrodomésticos	Garantía	Demanda	Proceso en trámite ante la SIC
199	Venta de automotores	Garantía	Demanda	Proceso en trámite ante la SIC
200	Venta de electrónicos	Garantía	Demanda	Presentación de la demanda
201	Venta de electrónicos	Garantía	Demanda	Redacción de la demanda
202	Viajes - tiempo compartido	Terminación de contrato por incumplimiento	Demanda	Presentación de la demanda
203	Ventas a distancia	Reversión del pago	Demanda	Presentación de la demanda
204	Venta de electrodomésticos	Garantía	Demanda	Presentación de la demanda
205	Ventas a distancia	Terminación de contrato por información insuficiente	Subsanación de la demanda	Presentación de la demanda
206	Venta de automotores	Garantía	Demanda	Redacción de la demanda

Fuente: elaboración propia, Programa Consuma Caribe-Colciencias (2016)

De tal manera, se tiene que los procedimientos realizados son los contemplados en el Estatuto del Consumidor, a saber: reclamación directa, demanda y denuncia, todos interpuestos ante los proveedores respectivos y la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio o de Protección al Consumidor, según el caso, y excepcionalmente se solicita la presentación de memoriales, recursos o derechos de petición. Específicamente se tiene lo siguiente:

*Tabla 5. Casos atendidos por el Consultorio Jurídico de la Universidad de Cartagena – Liga Universitaria de Consumidores*

Procedimiento realizado	Número de casos
Reclamación directa/petición	7
Memoriales	1
Recursos	1
Demandas	28
Denuncias	2
<b>Total casos atendidos</b>	<b>38</b>

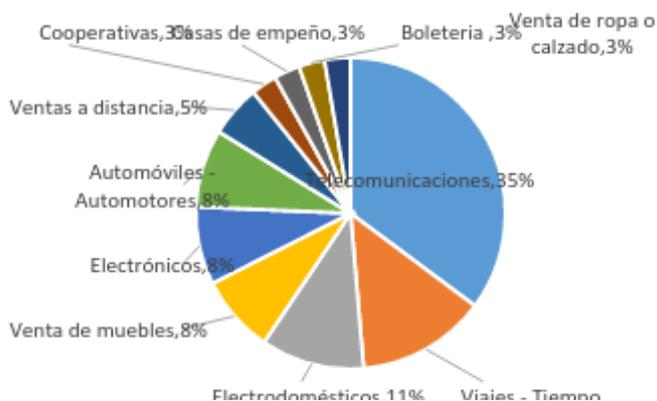
Fuente: elaboración propia, Programa Consuma Caribe-Colciencias (2016)

Las acciones instauradas han sido demandas y reclamaciones directas dirigidas a hacer efectivas las garantías ante compañías del sector de las telecomunicaciones (telefonía móvil, internet, televisión, etc), seguido del sector de agencias de viajes bajo la modalidad de tiempo compartido y del sector de electrodomésticos, tal como se evidencia en el gráfico 3.

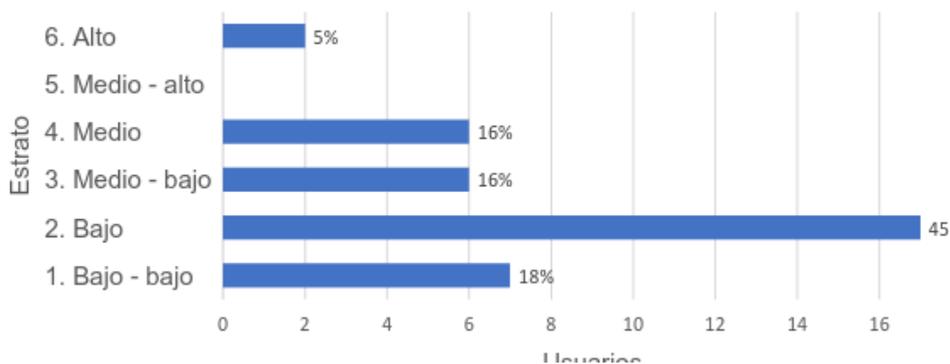
Respecto a la posición socioeconómica de los usuarios que han sido atendidos en el Consultorio Jurídico entre marzo y junio de 2016, los registros en la plataforma HORUS indican que de los 38 usuarios atendidos el 45% pertenecen al estrato 2, tal como se observa en el gráfico 4.

Tenemos entonces que la mayoría de los usuarios atendidos hasta junio de 2016 pertenecen al estrato 2 o bajo y la mayoría de reclamaciones atendidas están dirigidas a hacer efectivas las garantías ante compañías del sector de las telecomunicaciones (telefonía móvil, internet, televisión, etc), seguido del sector de agencias de viajes bajo la modalidad de tiempo compartido y del sector de venta de electrodomésticos.

*Gráfico 3. Sectores accionados desde el Consultorio Jurídico de la Universidad de Cartagena – Liga Universitaria de Consumidores (periodo: marzo – junio de 2016).*



*Gráfico 4. Posición socioeconómica de los usuarios atendidos en el Consultorio Jurídico de la Universidad de Cartagena – Liga Universitaria de Consumidores (periodo: marzo – junio de 2016)*



Esto indica que las personas ubicadas en los estratos más vulnerables económicamente y que acudieron a la Liga Universitaria de Consumidores para obtener ayuda jurídica son los más afectados en sus derechos como consumidores por parte de los productores y/o proveedores, lo que es de especial preocupación ya que las prácticas que desconocen los derechos de los consumidores que más se presentaron durante el periodo marzo-junio de 2016 corresponden a eventos en que los usuarios han presentado recla-

maciones directas o peticiones previas ante los proveedores y/distribuidores respectivos; no obstante, éstas no son atendidas oportunamente o son negadas sus pretensiones alegando exoneración de la responsabilidad en un primer momento, para luego allanarse a las pretensiones de las demandas interpuestas y que fueron planteadas anteriormente en las reclamaciones directas; lo que implica un desconocimiento del derecho a la reclamación generalizado en los sectores mayoritariamente accionados y que afecta directamente a los consumidores en sus necesidades domésticas e intereses económicos por un plazo prolongado, profundizando así el desequilibrio característico en las relaciones de consumo, que bien ha podido evitarse con la atención efectiva y el cumplimiento de las disposiciones mínimas de protección al consumidor establecidas en la Ley 1480 de 2011.

## **Sugerencias para el fortalecimiento de la relación de consumo**

Ahora bien, el marco normativo establecido en la Ley 1480 de 2011 está contextualizado a las condiciones en que se desarrollan las relaciones de consumo en el sistema económico y empresarial actual; es decir, un escenario donde la relación que surge entre el consumidor y el productor y/o proveedor, cuando aquel adquiere productos de éstos, se da en un plano donde la asimetría negocial, expresada en desequilibrios en cuanto a conocimientos técnicos, informativos y económicos, es el paradigma que motiva el corte proteccionista de las nuevas legislaciones en la materia (Granados, 2013).

Es por ello, precisamente, que el Estatuto del Consumidor contiene unos estándares mínimos que exigen un actuar deseable tanto de los proveedores y/o productores como de los consumidores en cuanto al respeto de los derechos de la parte débil de la relación de consumo, es decir, el consumidor o usuario, y al mismo tiempo exigen a éste la observancia de sus deberes frente al productor y/o proveedor y las autoridades públicas al momento de exigir sus derechos (Art. 3, núm. 2, Ley 1480 de 2011), lo que en últimas fortalece la cadena de consumo.

En ese orden de ideas, la profundidad de la asimetría de las relaciones de consumo se evidencia, por ejemplo, en la caracterización de las reclamaciones interpuestas por la Liga Universitaria de Consumidores a solicitud de sus usuarios, la caracterización socioeconómica de éstos y las prácticas violatorias de sus derechos por parte de productores y/o proveedores, sumado

a la encuesta realizada por el equipo Consuma Caribe donde se aprecia un alto grado de desconocimiento, por parte de los ciudadanos, de los derechos del consumidor y la Ley 1480 de 2011, en Cartagena, Sincelejo y Santa Marta. Por lo tanto, es de suma importancia que los productores y proveedores de bienes y servicios adopten los parámetros de las Buenas Prácticas Empresariales para que se comprometan a respetar los derechos de los consumidores establecidos en el Estatuto del Consumidor, no solo por el beneficio que se generaría a sus clientes sino también porque de ello depende la confianza y la credibilidad de los consumidores en su imagen corporativa (Vargas, 2006). Al respecto, Vargas (2006, p. 14) comenta:

La trayectoria del movimiento de consumidores en los países desarrollados ha sido precisamente realizar seguimiento de la conducta de las empresas e informar sobre ello a la ciudadanía, con el objetivo de inducir actos de consumo que efectivamente premien a las empresas que se comportan responsablemente y sancionar empresas con prácticas empresariales lesivas a los intereses de los consumidores y de la sociedad.

De tal manera, la conformación de asociaciones de consumidores constituye en elemento que puede contrarrestar significativamente la falta de canales de acceso o el fortalecimiento de los ya existentes y el desequilibrio en la cadena productor-distribuidor-consumidor, pues como se explicó en apartes anteriores, las ligas de consumidores tienen la potencialidad de generar una cultura de ciudadanos informados y responsables que hagan frente a la posición dominante de los productores y proveedores de bienes y servicios, al conocer plenamente sus derechos, deberes, formas de hacer valer las prerrogativas dispuestas en la ley y ante quién se hacen valer.

Así las cosas, el fortalecimiento de la relación de consumo por parte de los consumidores se cumpliría con un comportamiento fundamentado en los deberes plasmados en el el Estatuto del Consumidor (Art. 3, núm 2, Ley 1480 de 2011), consistentes en:

- Informarse respecto a la calidad de los productos, así como de las instrucciones que suministre el productor o proveedor en relación con su adecuado uso o consumo, conservación e instalación.
- Obrar de buena fe frente a los productores y proveedores y frente a autoridades públicas.
- Cumplir con las normas sobre reciclaje y disposición de desechos de bienes consumidos.

Por su parte, el catálogo de derechos establecidos en el Estatuto del Consumidor son la hoja de ruta a seguir por proveedores y productores para fomentar e incorporar buenas prácticas empresariales en esta materia, por ejemplo: ofrecer información veraz, clara, suficiente, oportuna, verificable, comprensible y precisa sobre la calidad y seguridad de los productos que ofrecen, los términos de contratación de un servicio, etc., con el fin de evitar la inducción en error al consumidor. Es importante resaltar en este punto la necesidad de respetar el derecho a la reclamación directa y a obtener la satisfacción oportuna de las pretensiones de la misma, cuando a ellos haya lugar, es decir, evitar que el consumidor o usuario tenga que verse forzado a acudir a otra instancia, lo que implica un desgaste de recursos innecesario para éste e incluso para las empresas.

## Conclusiones

La atención permanente de Consuma Caribe durante la primera mitad de 2016, así como la prestada en la brigada que se llevó a cabo en 2015, le permiten al programa establecer un diagnóstico de las vulneraciones a los derechos del consumidor que se han presentado con más frecuencia entre los habitantes del Distrito de Cartagena.

Mediante la identificación del 35% de los casos atendidos en consultorio jurídico, y 38% de los atendidos en brigada, es posible evidenciar cómo el sector de las telecomunicaciones, particularmente los prestadores de servicios de telefonía móvil, corresponde al principal vulnerador de derechos del consumidor, particularmente en lo relativo con su obligación de garantizar la calidad e idoneidad de los productos.

Además, se supo que los ciudadanos que se encuentran quizá más empoderados, pues son la mayoría de los que acudieron a recibir asesoría, son los pertenecientes a los estratos 2 y 3, con 20 y 10 usuarios atendidos respectivamente, lo cual no deja de ser un número bajo para un municipio con la densidad poblacional de Cartagena. Podría suponerse, en ese sentido, que la falta de conocimiento de la norma supone una legitimación de las prácticas abusivas de los productores y/o proveedores por parte de los consumidores cartageneros.

Con respecto al trámite jurisdiccional, se optó por sugerir a los clientes que interpusieran las acciones ante la Delegatura de Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio, quienes, al ser

un juez especializado en asuntos de protección al consumidor y de índole comercial, podrían ofrecer una atención más acertada, pues además no cuentan con la saturación que existe en los despachos judiciales civiles de la rama, sin embargo notamos que los tiempos para admitir demandas y dar trámite a los procesos en SIC, tampoco resultan demasiado favorables, ello se evidencia en el gran número de casos que se encuentran hasta el día de hoy en etapa de presentación de la demanda y trámite del proceso, en comparación con los pocos que han podido obtener una decisión.



## Referencias

Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-1141 de 2000, M.P. Eduardo Cifuentes Muñoz.

Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-749 de 2009, M.P. Luis Ernesto Vargas Silva.

Granados, A. (2013). Las declaraciones publicitarias y la integración de las obligaciones que de ellas emanan al contenido del contrato con el consumidor. Una aplicación del principio de buena fe que resulta exigible a la totalidad de las relaciones contractuales. *Revista E-mercatoria*, 12 (1), 9. Recuperado de: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2307537](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2307537)

Posada, C. (2014). El equilibrio contractual en los contratos de adhesión. Bogotá, Grupo Editorial Ibáñez.

Ley 1480 de 2011. [Congreso de la República de Colombia]. Por medio del cual se expide el Estatuto del Consumidor y de dictan otras disposiciones, 12 de octubre de 2011.

Padilla, A., Quiroz, A. y Reyes K. (2014). Aspectos locales del Estatuto del Consumidor: La promoción y protección de los derechos de los consumidores en la ciudad de Cartagena. En Garrido, Y. y Mattos, J. (Comp.), *Perspectivas y avances en el Derecho desde la investigación sociojurídica*. (pp. 444 - 457). Cartagena: Fundación Universitaria Tecnológico Confen-alco y Universidad Popular del Cesar.

Vargas, J. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores*. Santiago de Chile: Naciones Unidas. Recuperado de: <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/3543>

Vilches, A. (2012). Publicidad y cultura. *Ruta*, 12, 1-15. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4847186>