



CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO:

Leal-Orozco, G. (2022). Revisión y análisis de fallos de la superintendencia de industria y comercio sobre garantía de productos: consumidores protegidos o desamparados. *Jurídicas*, 19(1), 189-208. <https://doi.org/10.17151/jurid.2022.19.1.11>

Recibido el 14 de junio de 2021
Aprobado el 10 de noviembre de 2021

Revisión y análisis de fallos de la superintendencia de industria y comercio sobre garantía de productos: consumidores protegidos o desamparados

GIANCARLO LEAL-OROZCO* |

RESUMEN

El presente artículo es producto de un proyecto de investigación sustentado en teorías constitucionales, legales, prácticas profesionales y sobre todo en una actividad holística e investigativa sobre derecho al consumo. Pretendo determinar a través de una revisión y su correspondiente análisis, si la Superintendencia de Industria y Comercio protege a través de sus fallos los derechos de los consumidores respecto al reconocimiento de la garantía de los vehículos automotores. Metodológicamente realice operaciones inductivas y analíticas ya que revise varios casos en donde parto de situaciones particulares y llego a una conclusión general sobre la protección de estos derechos. Encontré resultados en donde la delegatura de asuntos jurisdiccionales en algunos los protege y en otros no tanto debido a que a la luz del derecho siempre debe prevalecer la prueba. Concluyo manifestando que debe tenerse mas en cuenta por parte de la sic, el principio del Indubio pro consumidor, en donde en caso de que exista duda debe favorecerse siempre al consumidor debido a la situación de desequilibrio y desventaja contractual en la que se encuentra respecto a un productor y/o proveedor.

PALABRAS CLAVE: Estatuto del Consumidor, consumo, tendencias de consumo, consumidor, acción de protección al consumidor, Superintendencia de Industria y Comercio.

*Magíster en Derecho Público. Abogado Especialista en Derecho Administrativo. Universidad del Sinú Elías Bechara Zainúm. Montería, Colombia. E-mail: giancarloleal@unisnu.edu.co [Google Scholar](#).
ORCID: 0000-0001-7924-0397



Review and analysis of verdicts of the superintendence of industry and commerce on products guarantee: protected or helpless consumers

ABSTRACT

This article is the result of a research project based on constitutional and legal theories, professional practices and, above all, on a holistic and investigative activity on consumer rights. The aim is to determine, through a review and its corresponding analysis, if the Superintendence of Industry and Commerce (SIC) protects through its rulings the rights of consumers regarding the recognition of the guarantee of motor vehicles. Methodologically, inductive and analytical operations were carried out and a review of several cases starting from particular situations to reach a general conclusion on the protection of these rights. Results were found where in some cases the delegation of jurisdictional issues protects some and not so much in other cases, because in the light of the law, evidence should always prevail. It is concluded that the principle of pro-consumer *In dubio* should be taken into account by the SIC, where, in case of doubt, the consumer should always be favored due to the situation of imbalance and contractual disadvantage in which he finds himself with respect to a producer and/or supplier.

KEY WORDS: Consumer Statute, consumption, consumer trends, consumer, consumer protection action, Superintendency of Industry and Commerce.

Introducción

La globalización y el auge de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han incentivado el crecimiento del gasto del consumidor, sus hábitos y exigencias. Tanto así, que el consumo privado o de hogares es un motor importante de la economía y explica casi el 60% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial. En el caso de Colombia se espera que en 2018 este consumo privado crezca alrededor de 2,6% respecto a 2017 y arrastre consigo un aumento aproximado al 2,9% del PIB nacional para el mismo periodo (Banco Mundial, 2018). De este modo, entender y regular las relaciones de los consumidores con los actores de la cadena de valor es fundamental para una sociedad que busca desarrollo y crecimiento socioeconómico. Y es aquí donde se pone de relieve el asunto de los consumidores y el sistema de protección de sus derechos.

En Colombia no se ha desarrollado una regulación legal que permita garantizar una relación contractual plenamente equitativa entre consumidor y proveedor, pues todavía el sistema de protección parece frágil al tema de estrategias publicitarias que inducen a error al consumidor, productos defectuosos que no son reparados o reemplazados y uso de la información personal de los clientes. Por tanto, el presente trabajo realiza un análisis, constitucional, legal, jurisprudencial y doctrinal de los derechos del consumidor en Colombia con el fin de identificar oportunidades de mejora y fortalecimiento del sistema desde una perspectiva jurídica.

Para este propósito se realiza un estudio de enfoque cualitativo, revisando el marco jurídico actual, jurisprudencias y trabajos académicos publicados de 2012 a 2016 en bases de datos especializadas como Scopus, Science Direct, Google académico y Legis relacionados con el sistema de protección y restitución de los derechos del consumidor en Colombia. En la primera sección se estudia el concepto de consumo, consumidor, importancia del consumo y se establece el marco conceptual del sistema de protección al consumidor. En la segunda sección, se realiza el análisis jurisprudencial de las sentencias proferidas por la delegatura de asuntos jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio en materia de garantía de productos. Finalmente, se proponen acciones concretas y argumentos que fortalezcan las leyes de protección al consumidor colombiano y sirvan de insumo a reestructuraciones que deben liderar los actores del actual sistema de protección, tales como legisladores, Superintendencia de Industria y Comercio, Ligas de consumidores, consumidores, sector productivo y consultores del derecho.

I. Consumo, consumidor y sistema de protección de sus derechos

Actualmente, el gasto final del consumo de hogares en el mundo representa el 58,33% del PIB, por tanto, es un motor de la demanda agregada. En Colombia, por ejemplo, basta con revisar cómo contribuye el consumo privado en el crecimiento de la economía y la correspondencia de este con periodos de contracción o

expansión según sea el caso. Es evidente que cuando disminuye el ingreso de los hogares, el consumo privado se desestimula, y lógicamente el PIB nacional se reduce (Fedesarrollo, 2005; Banco Mundial, 2018).

Desde la teoría económica, según García-Canclini (1991):

El consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. Esta caracterización ayuda a ver los actos a través de los cuales consumimos como algo más que ejercicios de gustos, antojos y compras irreflexivas, según suponen los juicios moralistas, o actitudes individuales, tal como suelen explorarse en encuestas de mercado. (p. 2)

Quiere esto decir, que el concepto desarrollado va ligado naturalmente a la sociedad y a su cultura, este depende de forma cómo se desarrolla en cada grupo de personas y sobre todo el papel que se le da en la economía del estado en donde se desarrolla.

Según el más reciente estudio de tendencias de consumo, realizado por Euromonitor Internacional (2018), el crecimiento de la economía global es un detonante para que el gasto del consumidor crezca a la tasa más rápida registrada desde el 2011. Entre tanto, las nuevas actitudes y comportamiento del consumidor están impactando los negocios, al tiempo que la tecnología móvil y el acceso a internet siguen siendo decisivos en la forma en que se producen los cambios del consumo.

Este estudio de tendencias señala que la vida limpia basada en hábitos saludables, estilo *fitness*, alimentación vegana y planes familiares resulta ser una tendencia importante. Hoy las personas que viven estilos de vida agitados buscan formas de recortar costos, ahorrar tiempo y vivir con mayor libertad en forma amigable con el medio ambiente, por tanto, la accesibilidad, conveniencia y sostenibilidad son factores clave en el crecimiento de los servicios compartidos.

El uso de internet se aproxima al 48% en el mundo y esto hace que las redes sociales se conviertan en un medio de comunicación que permite a los clientes evaluar un producto o servicio. Los consumidores no solo utilizan las redes para subrayar malas prácticas, sino también para presionar a las empresas a tomar posición en cuanto a temas actuales, tales como refugiados, cambio climático o derechos transgénero. En consecuencia, la gestión de mercadeo de las organizaciones procura una mayor interacción con los clientes a través de estos nuevos medios con el fin de obtener información que retroalimente el diseño de procesos internos, productos o servicios para su optimización. Adicionalmente, aplicaciones móviles y dispositivos de realidad aumentada, actúan como soporte de los servicios contratados o productos comprados y se utilizan como fuentes de información de los consumidores.

De esta manera, las relaciones entre consumidores y empresas proveedoras entrañan una dinámica cambiante y en este sentido, el análisis de estas relaciones cobra

especial interés sobre todo en el ámbito jurídico. Así como se habla de tendencias globales de consumo también se debe hablar de la globalización de la protección del consumidor que implica dificultades en materia de jurisdicción, ley aplicable y sistema de protección o defensa del consumidor, puesto que la realidad consiste en que las personas consumen localmente, pero compran globalmente. En este sentido, Oviedo (2006) (citando a Lorenzetti), resalta que:

La protección de los derechos de los consumidores alcanza a los consumidores y contratantes o proveedores; a los actos dañosos causados a consumidores y usuarios; a las pretensiones de acceso al mercado y bienes primarios, y a la protección de las relaciones colectivas de consumo.

Por su parte, Villalba (2009) afirma que:

El consumidor hace parte, junto con el productor, de un vínculo obligacional de carácter especial: la relación de consumo. Sin embargo, esta noción no ha sido unitaria en las diferentes legislaciones, factor que ha determinado que, en algunos casos, sea más amplia o estrecha, a pesar de existir elementos comunes frente a la definición de consumidor. (p. 307)

Teniendo en cuenta lo planteado por Oviedo (2006) y Villalba (2009), es indispensable que en un estado de derecho, exista un cuerpo normativo que proteja integralmente al consumidor, que dentro de esa legislación sea notoria la relación contractual existente entre productor, proveedor y consumidor y que se establezca una directriz o principio rector que busque de algún modo u otro favorecer al consumidor, debido a la clara relación de desequilibrio contractual existente entre los integrantes de la relación de consumo. Es por eso la importancia en revisar las normas existentes en el ordenamiento jurídico colombiano referentes a la protección de los consumidores y establecer, de manera clara, si existe o no eficacia jurídica en la aplicación de estas por parte de las entidades encargadas de administrar justicia y proteger los derechos de los consumidores.

El ordenamiento normativo de protección al consumidor en Colombia se rige principalmente por la **Ley 1480 de 2011**, establece que el consumidor o usuario es toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Esta ley centraliza su esencia en el consumidor, y amplía dicho concepto; estableciendo, que el usuario también tiene la calidad de consumidor, de igual forma, especifica quién es el destinatario final del concepto de consumidor, manifestando que aquel que adquiera un producto y dicho producto tenga relación directa con cualquier actividad económica, dejaría de ser consumidor. Con esto se genera una duda de saber quién es consumidor final y quién no. Y sobre todo a dónde o a qué entidades del estado, jurisdiccionales o administrativas pueden acudir aquellos consumidores que compran un producto que

esté ligado a una actividad económica y dicho producto se les dañe, esta es una duda que resolveremos en la discusión de este artículo.

Dentro de la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del consumidor) existen unos elementos básicos y esenciales que debemos definir y que son:

Consumidor o usuario: toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario.

Garantía: obligación temporal, solidaria a cargo del productor y el proveedor, de responder por el buen estado del producto y la conformidad de este con las condiciones de idoneidad, calidad y seguridad legalmente exigibles o las ofrecidas. La garantía legal no tendrá contraprestación adicional al precio del producto.

Información: todo contenido y forma de dar a conocer la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad, y toda otra característica o referencia relevante respecto de los productos que se ofrezcan o pongan en circulación, así como los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización.

Producto: todo bien o servicio.

Productor: quien de manera habitual, directa o indirectamente, diseñe, produzca, fabrique, ensamble o importe productos. También se reputa productor, quien diseñe, produzca, fabrique, ensamble o importe productos, sujetos a reglamento técnico o medida sanitaria o fitosanitaria.

Proveedor o expendedor: quien de manera habitual, directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos con o sin ánimo de lucro.

Es pertinente resaltar que estas definiciones legales son la parte neurálgica del sistema normativo de protección al consumidor en Colombia. Es por eso que considero útil traerlas a colación, debido a que tener claros estos conceptos permite una mejor comprensión en el desarrollo de este artículo.

Mecanismos Legales de Protección a los Consumidores

En el título VIII capítulo I de la Ley 1480 de 2011 establece claramente las acciones jurisdiccionales que tienen los consumidores para poder proteger sus derechos, el Artículo 56 de la misma ley, establece como acciones jurisdiccionales de protección al consumidor las siguientes:

1. Las populares y de grupo reguladas en la Ley 472 de 1998 y las que la modifiquen sustituyan o aclaren.
2. Las de responsabilidad por daños por producto defectuoso, definidas en esta ley, que se adelantarán ante la jurisdicción ordinaria.
3. La acción de protección al consumidor, mediante la cual se decidirán los asuntos contenciosos que tengan como fundamento la vulneración de los derechos del consumidor por la violación directa de las normas sobre protección a consumidores y usuarios. De igual forma, la ley 1480 de 2011 establece en su artículo 57 la atribución de facultades jurisdiccionales a la Superintendencia Financiera de Colombia. Y dice que los consumidores financieros de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia podrán a su elección someter a conocimiento de esa autoridad.

Por último, se establece el procedimiento para presentar la acción de protección al consumidor, es decir, ante quien se presenta y como se hace para esto el artículo 58 del estatuto del consumidor establece que los procesos que versen sobre violación a los derechos de los consumidores establecidos en normas generales o especiales en todos los sectores de la economía, a excepción de la responsabilidad por producto defectuoso y de las acciones de grupo o las populares, se tramitarán por el procedimiento verbal sumario, con observancia de las siguientes reglas especiales:

1. La Superintendencia de Industria y Comercio o el Juez competente conocerán a prevención.
2. Será también competente el juez del lugar donde se haya comercializado o adquirido el producto, o realizado la relación de consumo.
3. Las demandas para efectividad de garantía, deberán presentarse a más tardar dentro del año siguiente a la expiración de la garantía
4. No se requerirá actuar por intermedio de abogado. Las ligas y asociaciones de consumidores constituidas de acuerdo con la ley podrán representar a los consumidores. Por razones de economía procesal, la Superintendencia de Industria y Comercio podrá decidir varios procesos en una sola audiencia.
5. A la demanda deberá acompañarse la reclamación directa hecha por el demandante al productor o proveedor, reclamación que podrá ser presentada por escrito, telefónica o verbalmente.

De manera resumida se establecieron las herramientas legales que tiene el consumidor en Colombia para proteger sus derechos.

2. Marco normativo de protección al consumidor en Colombia y análisis de fallos de la superintendencia de industria y comercio sobre garantía de productos

Dentro de la estructura normativa de protección de los derechos a los consumidores, luego de ser expedida la ley 1480 de 2011, entraron en vigencia decretos reglamentarios a esta ley que son muy importantes tales como:

- Decreto 0704 de 2012 por el cual se reglamenta el artículo 61 de la ley 1480 de 2011 relacionado con la graduación de las sanciones administrativas que puede establecer la superintendencia de industria y comercio.
- Decreto 735 de 2013 por el cual se reglamenta la efectividad de la garantía prevista en los artículos 7 y siguientes de la ley 1480 de 2011.
- Decreto 975 de 2014 por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se debe presentar la información y la publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores.
- Decreto 1369 de 2014 por el cual se reglamenta el uso de la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos.
- Decreto 1499 de 2014 por el cual se reglamentan las ventas que utilizan métodos no tradicionales y las ventas a distancia.
- Decreto 1471 de 2014 por el cual se reorganiza el Subsistema Nacional de la Calidad y se modifica el Decreto 2269 de 1993.
- Decreto 1368 de 2014 por el cual se reglamentan las operaciones mediante sistemas de financiación previstas en el artículo 45 de la ley 1480 de 2011.
- Decreto 1369 de 2014 por el cual se reglamentan el uso de la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos.

De igual manera, se mencionan normas que, de alguna u otra manera, tienen que ver con el concepto de consumidor desde la perspectiva amplia e integral, como lo son:

- Ley 1700 de 2012 Por medio de la cual se reglamentan las actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia.
- Ley 1554 de 2012 Por la cual se dictan normas sobre la operación y funcionamiento de establecimientos que prestan el servicio de videojuegos y se dictan otras disposiciones.
- Ley 1555 de 2012 por medio de la cual se permite a los consumidores

financieros el pago anticipado en las operaciones de crédito y se dictan otras disposiciones.

- Ley 1514 de 2012 Por medio de la cual se aprueba la convención para, constituir una organización internacional de metrología legal.
- Ley 1793 de 2016 Por medio de la cual se dictan normas en materia de costos de los servicios financieros y se dictan otras disposiciones

Como también las resoluciones son parte importante del marco normativo de la protección de los derechos de los consumidores en Colombia, después de la expedición del estatuto del consumidor, las resoluciones más importantes fueron:

- Resolución 3066 de 2011 expedida por la Comisión de regulación de Comunicaciones Aplicable a los Consumidores, Por la cual se establece el Régimen Integral de Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones.
- Resolución 47753 de 2012 Por la cual se fijan las tasas por servicio de instrucción, formación, enseñanza o divulgación que preste la entidad en temas relacionados con consumidor, propiedad industrial y protección a la competencia.
- Resolución 12667 de 2013 Por la cual se da una orden preventiva de suspensión de la comercialización de un producto y se realizan advertencias al consumidor para evitar que se cause daño con su uso.
- Resolución 61959 de 2014 Por la cual se adiciona un Capítulo en el Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Resolución 37321 de 2014 por la cual se modifica y adiciona un numeral al Capítulo Cuarto del Título VI de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Resolución 53026 de 2015 “Por la cual se adoptan medidas definitivas sobre la comercialización y el uso de un producto para evitar que se cause daño o perjuicio a la salud e integridad de los consumidores”.
- Resolución 35240 de 2015 Por la cual se ordena de manera preventiva la suspensión inmediata de la producción y comercialización de un producto para evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores.
- Resolución 66575 de 2016 Por la cual se crea el Comité Técnico Asesor del Programa Fondo de Proyectos de Protección al Consumidor - CONSUFONDO y se establecen sus funciones.

Siguiendo con la estructura y cuerpo normativo referente a la protección de los derechos de los consumidores, debe mencionarse la circular única expedida por la Superintendencia de Industria y Comercio, publicada el 6 de agosto de 2011. Esta, según la página web de la SIC (www.sic.gov.co) establece que, con la expedición de la circular única, se reúnen en un solo cuerpo normativo todas las reglamentaciones e instrucciones generales de la Superintendencia de Industria y Comercio que se encuentran vigentes, con los siguientes propósitos:

Recopilar, revisar, modificar y actualizar todos los actos administrativos de carácter general expedidos por la Superintendencia de Industria y Comercio.

Facilitar a los destinatarios de su misión de protección, vigilancia y control, el cumplimiento, comprensión y consulta de los actos expedidos por esa Superintendencia.

Proporcionar a sus funcionarios un instrumento jurídico unificado y coherente que determine con precisión las reglas aplicables a las situaciones concretas que se inscriben dentro de su ámbito de competencia.

La importancia que tiene la circular única es determinante, debido a que allí se establecen procedimientos administrativos internos que deben cumplir productores y proveedores para proteger a los consumidores, ya que si no se cumplen estos lineamientos, la **Superintendencia de Industria y Comercio**, de oficio o a solicitud de parte puede dirigirse hasta el domicilio principal de estos y verificar si cumplen o no con las normas establecidas en la circular única, de no ser así, se inicia un proceso administrativo sancionatorio en contra del productor o proveedor que no cumple la norma.

Por último, en cuanto a cuerpo normativo se trata, aparece el 1074 de 2015 Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo. En este decreto se agrupan y modifican todos los decretos referentes a la protección de los derechos de los consumidores, y establece que la producción normativa ocupa un espacio central en la implementación de políticas públicas, siendo el medio a través del cual se estructuran los instrumentos jurídicos que materializan en gran parte las decisiones del Estado. Que la racionalización y simplificación del ordenamiento jurídico es una de las principales herramientas para asegurar la eficiencia económica y social del sistema legal y para afianzar la seguridad jurídica. Es por esto que, dentro de este decreto, quedaron establecidos todos los lineamientos que protegen a los consumidores.

3. Análisis, discusión y resultados

El consumidor ha sido reconocido como la parte débil de la relación de consumo, por lo que, en aras de disminuir la asimetría de su intervención en la relación negocial, la protección de sus derechos ha sido elevada a rango constitucional – Artículo 78 de la Constitución Política de Colombia–.

El Estatuto del Consumidor y sus decretos reglamentarios, desarrollan el referido mandato constitucional y tienen como objetivo establecer reglas claras y de obligatorio cumplimiento, en curso de las cuales se desarrollen relaciones de consumo sanas y equilibradas, evitando la vulneración de los derechos del consumidor. La garantía comprende no solo la calidad e idoneidad del producto vendido, sino también el cumplimiento de los términos y condiciones pactados desde el momento mismo en que se realizó el contrato, dentro de los cuales se encuentra la oportunidad en la entrega del bien o en la prestación del servicio, la asistencia técnica y disponibilidad de repuestos requeridos para el adecuado uso y funcionamiento de los bienes, la adecuada información sobre el proceso de instalación y uso del producto, el cumplimiento de las condiciones informadas al momento de la venta, entre otras.

Desde su entrada en vigencia, hace poco más de seis años, la ley 1480 de 2011, Estatuto del Consumidor, ha ido colonizando un contexto que desconocía lo que era la verdadera protección al consumidor y ha hecho que consumidores, empresarios y autoridades fijen su atención en los distintos aspectos que componen el derecho del consumo. En este marco, la Superintendencia de Industria y Comercio, como autoridad residual en materia de protección al consumidor, implementó un grupo de verbos rectores para orientar sus funciones y hacer efectiva la aplicación del Estatuto del Consumidor: componer, sancionar, informar y educar son los verbos cardinales que guían la labor de esa entidad.

El Estatuto del Consumidor estableció que existen acciones de tipo jurisdiccional para proteger al consumidor. Así, además de referirse a las acciones populares y de grupo reguladas en la Ley 472 de 1998, introdujo la acción de responsabilidad por daños ocasionados por productos defectuosos y la acción de protección al consumidor. Mediante la acción de protección al consumidor se deciden los asuntos contenciosos de interés particular, que tienen como fundamento la vulneración de los derechos del consumidor por la violación directa de las normas sobre protección a consumidores y usuarios; los orientados a lograr que se haga efectiva una garantía; y los encaminados a obtener la reparación de los daños causados a los bienes en la prestación de servicios por información o publicidad engañosa, independientemente del sector de la economía al que pertenezcan. Una vez el consumidor afectado hace legítimo ejercicio de su acción de protección ante la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio, o ante un juez de la república, se abren las compuertas de un trámite procesal expedito que está diseñado para permitir un diálogo conciliatorio de las pretensiones particulares del consumidor accionante con el empresario que actúa como su contraparte.

Según informe protección al consumidor en Colombia SIC 2017. Un análisis somero de las cifras de atención al ciudadano nos indica en primer término que la Superintendencia de Industria y Comercio atendió 1.742.384 consultas desde enero de 2014 a septiembre de 2016 (2014:540.054 / 2015:621.674 / Sept.

2016:580.656). Esto nos da un promedio mensual de 52.800 ciudadanos informados por la Superintendencia. De estas, las consultas sobre algún tema relacionado con protección al consumidor desde enero de 2014 a septiembre de 2016 fueron (2014:432.043 / 2015:497.339 / Sept. 2016:435.492) para un total acumulado de 1.364.874, esto significa que el 78,3% de la atención de consultas a los ciudadanos en la SIC se realiza en temas de protección al consumidor colombiano. Por su parte, la Red Nacional de Protección al Consumidor ha atendido durante el mismo periodo 221.182 consultas de consumidores en todo el país.

Al analizar los datos que dan cuenta del uso de los distintos canales de atención se evidencia la manera en que la SIC ha respondido a la transformación del servicio al ritmo de los cambios tecnológicos y las preferencias de los usuarios. La comunicación telefónica sigue siendo el canal más utilizado por la ciudadanía en Colombia para realizar sus consultas. Una rotunda cifra de 1.104.157 solicitudes de información a través de este medio nos indica que el teléfono sigue siendo el rey de los canales de atención, con un 63,3% de preferencia sobre los otros canales.

Sin embargo, en la dinámica se destaca la importante incursión de las cuentas de la SIC en redes sociales (Twitter y Facebook) como medio de atención de consultas ya que, en 2015, año en que se activó el servicio, se atendieron 67.919 solicitudes presentadas por este medio, cifra que prácticamente igualó el número de las consultas personales efectuadas en los PAC de las 17 ciudades del país en el mismo año, que fue de 68.984. De hecho, de enero a septiembre de 2016 se ha atendido un total de 61.995 usuarios en los PAC nacionales, frente a un total de atención de 81.546 consultas presentadas durante el mismo periodo a través de redes sociales.

Dato SIC (Red nacional de protección al consumidor 2017). En cuanto a atención personalizada, la Red Nacional de Protección del Consumidor (entidad creada por la ley 1480 de 2011 y perteneciente a la SIC) en efecto ha descentralizado la atención que presta el Estado a los consumidores del país, a través de los mecanismos descritos anteriormente. Entre enero de 2014 y septiembre de 2016 la RNPC ha atendido consultas y requerimientos de 221.182 consumidores en 430 municipios del territorio nacional, siendo Risaralda, Quindío, Cauca, Atlántico, Córdoba, Tolima, Santander, Huila y Meta los departamentos en los que mayor atención de usuarios en temas de protección al consumidor se ha registrado. Adicionalmente, durante ese periodo se registraron ante las casas y las rutas del consumidor 5.734 radicaciones de demandas y denuncias por violaciones a las normas de protección al consumidor.

Aportando más al análisis, se puede afirmar que la Superintendencia de Industria y Comercio cuenta con mecanismos que permiten a los ciudadanos protegerse de una posible vulneración o amenaza a los derechos fundamentales consagrados en la Constitución Política de Colombia. La política institucional de la SIC en el tema está contenida en el documento Plan de Participación Ciudadana de la SIC.

Es importante establecer que desde 2014 y hasta septiembre de 2016, la SIC ha respondido 80.779 derechos de petición y con base en esas cifras ha protegido en un alto porcentaje los derechos de los consumidores a nivel nacional, distrital, regional, departamental y municipal, queriendo decir, con estos datos y referentes estadísticos que los consumidores tienen una entidad que no solo vela por sus derechos, sino que se preocupa porque cada día los consumidores se eduquen más en este tema tan importante.

Siguiendo con este análisis, es trascendente observar las últimas sentencias en materia de protección al consumidor por garantía de un producto, expedidas por la oficina de asuntos jurisdiccionales de la SIC que es la entidad competente según la ley 1480 de 2011, encargada de conocer de estos procesos, cabe resaltar que la justicia ordinaria también conoce de esta clase de demandas, pero es el demandante quien escoge a qué juez va a ir, si ante los jueces ordinarios o ante los jueces de la SIC, en este caso específico, se da la denominada competencia a prevención, la cual traduce que si acudes a donde un juez que conoce de un proceso, no puedes acudir al otro juez que también tiene competencia para conocer del mismo caso. En ese orden de ideas entro a hacer un análisis jurisprudencial de las sentencias de 2014 y 2015 de la oficina de asuntos jurisdiccionales de la SIC, relacionado específicamente con la garantía de vehículos automotores estos son:

Tabla 1. Sentencias sobre garantías de vehículos

Radicado	Tipo de demanda	Delegatura	Fallo
2014 - 147167	Garantía vehículo automotor	Asuntos jurisdiccionales (SIC)	Rechazada por falta de competencia
2014 - 147167	Garantía vehículo automotor	Asuntos jurisdiccionales (SIC)	Admite garantía
2014 - 159473	Garantía vehículo automotor	Asuntos jurisdiccionales (SIC)	Se corre traslado a los jueces civiles del circuito
2014 - 22723	Garantía vehículo automotor	Asuntos jurisdiccionales (SIC)	Rechazada por falta de competencia
2014 - 273208	Garantía vehículo automotor	Asuntos jurisdiccionales (SIC)	Declarada nulidad de todo lo actuado
2014 - 79069	Garantía vehículo automotor	Asuntos jurisdiccionales (SIC)	Admite garantía
2015 - 151642	Garantía vehículo automotor	Asuntos jurisdiccionales (SIC)	Admite garantía
2015 - 152401	Garantía vehículo automotor	Asuntos jurisdiccionales (SIC)	Admite garantía

2015 - 183628	Garantía vehículo automotor	Asuntos jurisdiccionales (SIC)	Admite garantía
2015 - 191400	Garantía vehículo automotor	Asuntos jurisdiccionales (SIC)	Admite garantía
2015 - 235478	Garantía vehículo automotor	Asuntos jurisdiccionales (SIC)	Admite garantía
2015 - 57019	Garantía vehículo automotor	Asuntos jurisdiccionales (SIC)	Admite garantía
2015 - 66791	Garantía vehículo automotor	Asuntos jurisdiccionales (SIC)	Admite garantía

Fuente: Elaboración propia basada en información de la delegatura de asuntos jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio.

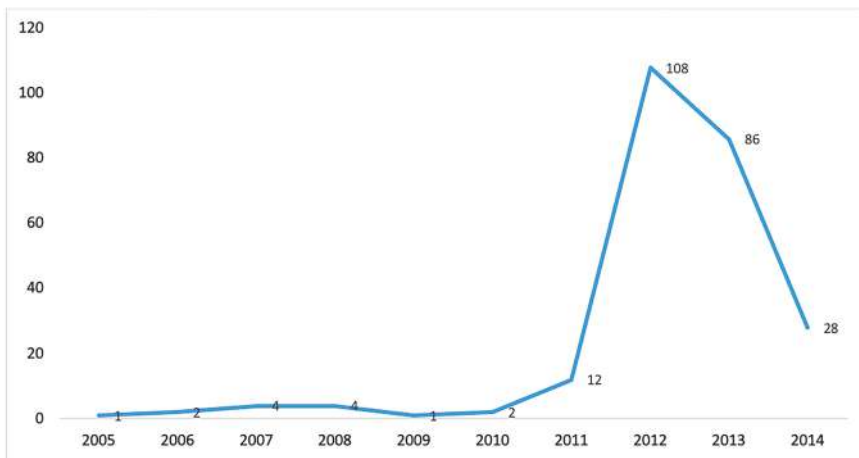
Al analizar los procesos jurídicos en materia de protección a los consumidores relacionados en la tabla anterior, y dejando claro que son fallos jurisprudenciales en materia de garantía de vehículos automotores emitidos por la delegatura de asuntos jurisdiccionales de la superintendencia de industria y comercio; se concluye que los jueces de la SIC le dan plena aplicación al concepto de destinatario final de consumidor, es decir, que los procesos en los cuales se admite la garantía de los vehículos, la SIC les da pleno valor de consumidor final, ya que queda demostrado que el vehículo por el cual solicitaban la efectividad de la garantía no les generaba lucro personal, es decir, no había intrínsecamente una actividad económica en estos vehículos, caso contrario a los que no les admitió la garantía, la SIC estableció que estos no eran destinatarios del concepto final de consumidor para la SIC, rechazando dichos procesos por falta de competencia y enviándolos directamente a la jurisdicción ordinaria.

Se demuestra que la SIC, para poder dar trámite a una acción de protección al consumidor en materia de garantía de un producto, debe tener plenamente identificado como destinatario del concepto de consumidor a quien demanda, de lo contrario rechazará por falta de competencia las que no cumplen con este requisito legal. Mi observación en este análisis es puntual, debido a que considero que la SIC no debe esperar rechazar una demanda por falta de competencia en las instancias finales del proceso, sino que debe inadmitirla o rechazarla en el auto inadmisorio o que rechaza la demanda.

Para hacer más completo este análisis, decidí interponer derecho de petición de información ante la **Delegatura de Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio**, como consecuencia de esto se obtuvo la base de datos correspondiente a todas las demandas y procesos relacionados con en la categoría

automotores de 2005 a 2016 y se filtró esta base por cuantía y sentido del fallo. De este modo se encontró que 248 de 2095 casos se han resuelto a favor del demandante, es decir que en aproximadamente el 12% de las reclamaciones relacionadas con garantía de vehículos, la SIC concede las pretensiones de los demandantes, haciendo efectiva la garantía del vehículo, reparando el bien, restituyendo el producto por uno de igual características o devolviendo su valor económico (Gráfico 1).

Gráfico 1. Casos resueltos SIC a favor del consumidor categoría automotores.

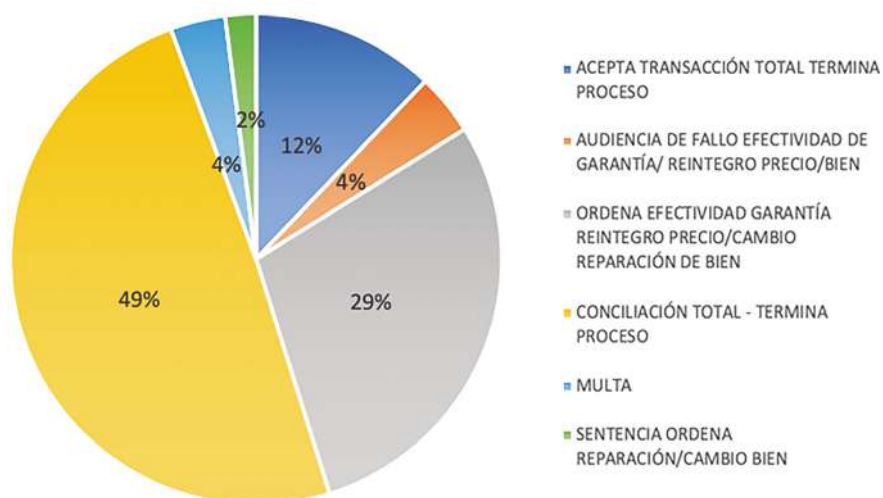


Fuente: elaboración propia.

Ahora bien, al revisar cómo se resuelven los casos a favor de la categoría automotores (Gráfico 2) se determina que el 49% de las demandas de acción de protección al consumidor, terminan por vía de conciliación, quiere esto decir que demandante y demandado llegan a un acuerdo favorable para las partes, de igual forma, el 29% estas demandas ordenan la efectividad de la garantía a través del reintegro del valor del producto, el cambio de este o la reparación del bien, quiere esto decir, que cuando se lleva hasta su terminación el proceso y el demandante logra demostrar que el producto obtenido presentó defectos de diseño, fabricación o funcionamiento, la SIC ordena el cumplimiento de la efectividad de la garantía. Seguidamente, con un 12% en estos procesos las partes aceptan transar y terminan el proceso, es decir lo terminan de forma anormal con beneficios para ambos. También, el juez de la SIC en audiencia de fallo ordena la efectividad de la garantía, traduce esto, que en un 4% estas audiencias benefician al demandante. El mismo porcentaje del 4% sucede cuando son condenados y además no cumplen con algún requerimiento judicial del juez o administrativo de un funcionario de la SIC,

es ahí cuando se imponen multas a los productores o proveedores. Por último, en un 2% a través de sentencias, es decir, los fallos del juez ordenan la reparación del producto o el cambio de este, esto cuando lo que solicita el demandante en sus pretensiones se refiere a lo que el juez falla.

Gráfico 2. Mecanismos de resolución SIC favorables al consumidor en la categoría automotores 2005-2014.



Fuente: elaboración propia.

Es útil resaltar en este análisis, que no todas las demandas de los consumidores tienen o deben ser favorables a estos, ya que los jueces de la SIC se basan en los mismos principios de los jueces ordinarios, de igual manera actúan bajo el mismo procedimiento que establece el código general del proceso, por ende, deben tener en cuenta todas las fuentes formales y no formales del derecho como la ley, la jurisprudencia, la doctrina y los principios generales del derecho constitucional y del derecho procesal, además de siempre aplicar el principio del *Indubio Pro-Consumidor* el cual significa que cuando el juez tiene alguna duda dentro de un proceso entre un productor o proveedor contra un consumidor, esa duda va a favorecer siempre al consumidor debido al criterio de desequilibrio contractual y económico, ya que el espíritu del legislador al promulgar y expedir la ley 1480 de 2011 fue establecer que el consumidor respecto a esos productores y proveedores siempre se va a encontrar en una relación contractual desigual frente a estos. Es por eso que los consumidores, al acudir a la vía jurisdiccional de la SCI a través de la acción de protección al consumidor, se puede afirmar que lleva una leve ventaja debido al mencionado

principio, además que son jueces especializados en la materia de consumo y los tiempos son más cortos que en la justicia ordinaria.

Si bien es cierto que gráficamente el porcentaje del 12% de favorabilidad para los consumidores es muy pequeño, es relevante afirmar que según la base de datos obtenida se hicieron muchos filtros por categoría, es por eso que el porcentaje solo llegó al 12%, de igual forma, se establece que fueron todas las demandas a nivel nacional, en donde están las inadmitidas, rechazadas, negadas, archivadas, etc., esto significa que la base de datos es completa y fue totalmente revisada y analizada.

Resultados

A partir de los hallazgos, se pueden discutir como puntos críticos, asuntos relacionados con la eficacia normativa y con la eficiencia de la Superintendencia de Industria y Comercio de proteger los derechos a los consumidores, es decir, dentro de la revisión sistemática hecha a los artículos de García-Canclini (1991), Ariza Buitrago y Páez Paredes (2017), Galeano (2013) y Monsalve-Caballero (2012). Existe escasez de investigación a los fallos de los jueces de la SIC, crítica surgida debido a la poca información sugerida y obtenida por los artículos revisados.

Al revisar los estudios, se encuentra que los artículos se fundamentan es en análisis teóricos de las leyes, pero no de la funcionalidad que le dan los jueces a esto respecto a las cantidades de sentencias existentes en la oficina de asuntos jurisdiccionales de la SIC en donde se protegen a los consumidores de una forma justa y equitativa. Perspectivas conceptuales que fundamentan los artículos revisados en un nivel de profundidad teórica pero no práctica, a que los análisis hechos han sido de una sola naturaleza. Algunos de los estudios presentan deficiencias al no establecer claramente porque creen ellos que el sistema de protección al consumidor es ineficaz, tan es así que solo basan su investigación en jerarquías en el estudio de la ley y no en cómo se aplica esta en la SIC.

Las investigaciones realizadas hasta el momento han permitido establecer algunas de las barreras y determinantes del acceso a las entidades judiciales y administrativas con funciones jurisdiccionales encargadas de proteger los derechos de los consumidores. Sin embargo, la falta de instrumentos apropiados para la investigación de esta problemática impide extrapolar las conclusiones de muchos de los estudios a todo el territorio colombiano, máxime cuando es un país con regiones tan heterogéneas en términos culturales y de desarrollo socioeconómico.

Se evidencian dificultades metodológicas para la investigación en el campo del acceso a la información relacionada con jurisprudencias que son en últimas los fallos de los jueces, que van a permitir corroborar si el sistema normativo de los consumidores es eficaz o no. La falta de fuentes de información apropiadas establece como tendencia que los artículos revisados en un 75% concluyan que

nuestro sistema normativo es ineficaz. Por ejemplo, las investigaciones sobre el acceso a sentencias sobre garantía, publicidad engañosa, producto defectuoso, procesos administrativos sancionatorios en contra de almacenes son muestras representativas a nivel nacional que estas investigaciones han estado limitadas por la no solicitud de información, reflejada en artículos relacionados con este tema.

Conclusión

Hacen falta estudios que aborden de manera integral todos los eslabones que involucran el acceso a la administración de justicia que permitan establecer si existe o no una verdadera protección de los derechos de los consumidores. Generalmente, se estudia el acceso en un proceso específico, pero son muy pocos los estudios que han intentado seguir un proceso conjunto y completo que demuestre lo dicho anteriormente. La mayoría de los estudios se han centrado en el acceso desde el punto de vista teórico normativo en el cual se encontraron falencias en dicho estudio de investigación debido a que se hizo bajo una sola perspectiva. En esta revisión y consecuencial análisis jurisprudencial, se tuvo en cuenta no solo la perspectiva teórica si no la práctica, ya que se analizaron más de 200 jurisprudencias sobre garantía emanadas de la SIC y se concluye que si bien es cierto hace falta efectividad en cuanto a la aplicación de la norma jurídica como tal, no obstante se evidenció que en Colombia existe una entidad administrativa del orden ejecutivo llamada Superintendencia de Industria y Comercio, que protege verdaderamente los derechos de los consumidores no solo a través de fallos de sus jueces, si no que ha establecido herramientas administrativas que velan por la protección de los consumidores, dándole materialización a la Red Nacional de Protección al Consumidor, y esta a su vez, creando y ejecutando proyectos importantísimos como las casas del consumidor, la ruta del consumidor, páginas web y aplicaciones móviles para que los consumidores estén realmente protegidos. Quiere esto decir, que además de existir muchas normas que protegen a los consumidores, la SIC también ejecuta proyectos que velan por los consumidores. De igual manera, implementa estrategias educativas para que el sistema normativo de protección a los consumidores sea conocido y estos sepan dónde acudir cuando se les vulneran sus derechos.

Este artículo tiene como firme intención aportar a la comunidad académica y lectora, el análisis hecho y los conceptos esbozados, que sirvan de fundamento para que los consumidores confíen en una entidad del Estado como lo es la SIC y conozcan el marco normativo de protección a los consumidores, qué entidad lo protege y sobre todo, si son protegidos a través de demandas por esa entidad. De igual forma, para empezar con una verdadera cultura sobre consumo y protección de estos derechos, debería establecerse por ley de la república la cátedra de protección a los consumidores desde las instituciones educativas de básica y media vocacional y así generar una cultura de protección de los consumidores a temprana edad, como también buscar la manera de empoderar única y exclusivamente a la

SIC para la defensa de los consumidores, esto con la finalidad de proteger dichos derechos y estos se sientan verdaderamente protegidos a través de dicha entidad y así establecer culturalmente la defensa de estos derechos.

Referencias bibliográficas

- Alarcón-Peña, A. (2016). La libre competencia económica en el derecho colombiano: una revisión desde la economía social de mercado y sus implicaciones normativas. *Prolegómenos*, 19(37), 109-124.
- Ariza Buitrago, I. y Páez Paredes, M. (2016). La garantía mínima legal y la (des)protección del consumidor: un análisis comparativo entre Estados Unidos y Colombia. *Revista Derecho Privado (Universidad de los Andes)*, (56), 7. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/47722/garantia-minima-legal-des-proteccion-consumidor.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Banco Mundial. (2018). Informe Banco Mundial. <https://datos.bancomundial.org/indicador/ne.con.petc.zs>
- Colombia, Congreso de la República. (18 de agosto de 1999). Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial n.º 43.673*. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0527_1999.html
- Colombia, Congreso de la República. (12 de octubre de 2011). Por medio de la cual se expide la ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Conceptos de Productor, Proveedor Numeral 9 y 11 Artículo 5. *Diario Oficial n.º 48.220*. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html
- Colombia, Congreso de la República. (12 de octubre de 2011) Por medio de la cual se expide la ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Deberes de los consumidores Artículo 3. *Diario Oficial n.º 48.220*. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html
- Colombia, Congreso de la República. (12 de octubre de 2011) Por medio de la cual se expide la ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Principio de Información en el Artículo 23. *Diario Oficial n.º 48.220*. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html
- Colombia, Congreso de la República. (12 de octubre de 2011) Por medio de la cual se expide la ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Reclamo directo como requisito de procedibilidad numeral 5 artículo 58 *Diario Oficial n.º 48.220*. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html
- Colombia, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (26 de mayo de 2015). Por medio de la cual se expide el decreto único reglamentario del sector comercio, industria y turismo. Capítulo 32 efectividad de la garantía. <https://bit.ly/31yOMML>
- Colombia, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (26 de mayo de 2015) Por medio de la cual se reglamentan las ventas que utilizan métodos no tradicionales y las ventas a distancia. <https://bit.ly/3pB0AGa>
- Colombia, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (11 de abril de 2016) por el cual se adiciona un capítulo al Libro 2 de la Parte 2 del Título 2 del Decreto Único del sector Comercio, Industria y Turismo, Decreto número 1074 de 2015, y se reglamenta el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011 derecho de retracto y reversión del pago. <https://bit.ly/3dw8HhY>
- Colombia, Congreso de la República. (12 de octubre de 2011) Por medio de la cual se expide la ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Derechos de los consumidores Artículo 3 Ley. *Diario Oficial N° 18.220*. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html

- Colombia, Congreso de la República. (12 de octubre de 2011) Por medio de la cual se expide la ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Destinatario final del concepto de consumidor Numeral 3 Artículo 5. *Diario Oficial* n.º 48.220. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html
- Euromonitor Internacional (2018). *Tendencias de consumo*. <https://revistas.udg.co.cu/index.php/redel/article/view/136>
- Fedesarrollo. (2005). *Informe internacional*. <http://www.https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/764>
- Galeano, M. S. M. (2013). La protección de los consumidores financieros. *Agora USB*, 13 (2), 459-484.
- García-Canclini, N. (1991). *El consumo sirve para pensar*. En *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización* (pp. 41-55). Grijalbo. <https://bit.ly/3mYIY8a>
- Herrera de las Heras, R. y González-Rodríguez, S. (2015). La protección de los consumidores y el sistema extrajudicial de resolución de conflictos: una perspectiva comparada entre México y España. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, 48(142), 361-384.
- Informe Internacional Euromonitor. (2018). <https://bit.ly/3Qowltu>
- Ley 1480 de 2011. La Acción de protección al consumidor como mecanismo legal de la defensa de los derechos de los consumidores. Artículo 57 y 58.
- Luego de un débil 2017, gasto privado impulsará el PIB. (22 de febrero de 2018). *Semana*. <https://bit.ly/3b83OxD>
- Medidas Cautelares para Proteger a los Consumidores (ley 1480 de 2011 y manual Protección al Consumidor en Colombia: Una Aproximación desde las Competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio).
- Monsalve-Caballero, V. (2012). La responsabilidad precontractual por violación de la obligación de información en la nueva ley de protección al consumidor. *Vniversitas*, (125).
- Oviedo, J. (2006). *Derechos del consumidor en un estado de derecho*.
- Protección al consumidor en Colombia: Una aproximación desde las competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio 2017.
- Superintendencia de Industria y Comercio (2017). Base de datos delegatura de asuntos jurisdiccionales.
- Villalba, J.C. (2009). La noción de consumidor en el derecho comparado y en el derecho colombiano. *Vniversitas*, (119), 305-340. <http://www.scielo.org.co/pdf/vniv/n119/n119a18.pdf>