

**DESARROLLO Y RETOS DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN COLOMBIA:
UNA MIRADA A LA LEY 1480 Y EL DESARROLLO INTERNACIONAL DEL
DERECHO DE CONSUMO.**



ANDRÉS LEONARDO JIMÉNEZ PULIDO

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

BOGOTÁ, ENERO DE 2019

**DESARROLLO Y RETOS DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN COLOMBIA:
UNA MIRADA A LA LEY 1480 Y EL DESARROLLO INTERNACIONAL DEL
DERECHO DE CONSUMO.**



ANDRÉS LEONARDO JIMÉNEZ PULIDO

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL
TÍTULO DE ESPECIALISTA EN DERECHO COMERCIAL**

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS
DEPARTAMENTO DE DERECHO PRIVADO
BOGOTÁ, ENERO DE 2019**

Nota de Advertencia. “La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de tesis. Solo velará por que no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica y por qué las tesis no contengan ataques personales contra persona alguna, antes bien se vea en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	4
2. ANTECEDENTES DE LA LEY 1480 PRIMERAS ACERCAMIENTOS JURISPRUDENCIALES A UNA PROTECCIÓN DE CONSUMO EFECTIVA	5
2.1. Decreto 3466 de 1982, un primer acercamiento positivo al derecho de consumo....	5
2.2. Principales fallos que contribuyeron al fortalecimiento del derecho al consumo en Colombia.	7
2.3. Exposición de motivos de la Ley 1480	10
3. PRINCIPALES ASPECTOS DE LA LEY 1480	11
3.1. Derecho a la calidad, idoneidad y seguridad.	11
3.2. Derecho a la información.	12
3.3. Derecho a la reclamación.	12
3.4. Derecho a la protección contractual.	13
3.5. Derecho a la educación.	14
3.6. Derecho a la igualdad y al trato digno.	15
4. VISIÓN INTERNACIONAL DEL DERECHO DEL CONSUMO	15
4.1. Estados Unidos	16
4.2. Unión Europea.	17
5. RETOS DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN COLOMBIA	18
5.1. Globalización y consumidor.	18
5.2. Educación, un derecho de toda la cadena de consumo	19
5.3 Necesidad de productos temporales	20
5.4 Necesidad de una entidad única en materia de consumidor	21
5.5. Retos propios de la autoridad competente	21
6. CONCLUSIONES	23
7. BIBLIOGRAFÍA	23

1. INTRODUCCIÓN

El consumo, antes de ser un derecho, es una necesidad y una característica innata del ser humano moderno. La producción en masa, las nuevas tecnologías, la publicidad, y en general, todos aquellos factores que hacen un mercado específico atractivo han generado que el consumir sea una necesidad para el ser humano, lo que lo ha convertido en uno de los factores indicativos del desarrollo de una sociedad.

Lo anterior nos deja un escenario en el cual el consumidor sale al mercado forzosamente obligado a satisfacer sus necesidades, desde las más simples hasta, aquellos que tienen las posibilidades, las más suntuarias. Esta dinámica genera que se confundan necesidades con deseos y en algunos casos, que consumos no imprescindibles se conviertan en demandas culturalmente condicionadas. Es decir, la demanda y presión social generan una mente de consumo colectiva, toda vez que el consumidor no es un ser aislado, sino que se encuentra inmerso y condicionado socialmente.¹

De esta forma, la protección al derecho del consumidor siempre ha sido de gran relevancia para los sistemas jurídicos que se sustentan en políticas económicas abiertas y dinámicas, pues si consideramos a la compraventa de bienes y servicios de consumo como la actividad más elemental de las relaciones de comercio, es fundamental que el Estado proteja y regule los derechos del consumidor, y que los considere como fines económicos y políticos.

En últimas, el consumo es la base que genera el impulso de las empresas y las sociedades, pues sin la existencia de un consumo significativo las grandes empresas y sociedades no tendrían relevancia en el mercado, por lo que se genera la necesidad de que este sea justo y equitativo.

Aunque en un inicio, la protección al consumidor en Colombia nació de un desarrollo jurisprudencial, el derecho del consumo se concretó de forma efectiva con la entrada en vigencia del Decreto 3466 de 1982, el cual, aunque significativa para la época, tenía una protección demasiado estrecha comparada con la contenida en el actual estatuto del consumidor. Así con la Ley 1480 de 2011, es que podríamos afirmar que inició una protección positiva acorde, estricto sentido, de las relaciones de consumo en Colombia.

Por ser un derecho tan reciente es natural que hayan surgido indebidas aplicaciones de esta Ley, y en muchos casos, complicaciones y retos para alcanzar una regulación coherente con las necesidades de los consumidores. Entonces, a lo largo de este análisis se intentará dar respuesta a ¿Cuáles son los principales aportes y retos del derecho del consumidor en Colombia? Lo anterior teniendo en cuenta el estudio de jurisprudencia relevante, y el desarrollo de este derecho en el ámbito internacional.

¹ El Consumo como derecho humano, Tambussi Carlos Eduardo, Editorial Universidad S.R.L., Buenos Aires 2009. P. 43

Sin embargo, con la entrada en vigencia de dicha ley, también iniciaron algunos retos para el Estado respecto de la regulación, la cadena de producción y comercialización, y frente a los mismos consumidores. Algunos de estos retos aún persisten en la actualidad, y en muchos casos, el intento por superarlos ha generado que las normas que rigen la materia hayan mutado, y en opinión de muchos, no persiguen su interés primigenio.

Aquí daremos una mirada crítica al desarrollo del derecho de consumo en Colombia y a sus retos frente a las nuevas tecnologías, las nuevas relaciones de consumo y al desarrollo internacional del derecho del consumidor.

La importancia de esta investigación es revisar cuál ha sido el tránsito de la Ley 1480, los principales logros, y sus principales retos, pues si bien es cierto que su expedición significó un gran e importante avance del derecho del consumidor en Colombia, aún quedan algunos letargos legales respecto de este tema en Colombia.

2. ANTECEDENTES DE LA LEY 1480 PRIMERAS ACERCAMIENTOS JURISPRUDENCIALES A UNA PROTECCIÓN DE CONSUMO EFECTIVA

2.1. Decreto 3466 de 1982, un primer acercamiento positivo al derecho de consumo.

Como principal antecedente de la Ley 1480 de 2011, podemos encontrar el Decreto 3466 de 1982, por medio del cual se dictaron las normas relativas a la idoneidad, calidad, garantías, leyendas, propagandas, y en general la responsabilidad de los productores, expendedores y proveedores en las relaciones de consumo, aclarando que pertenece a una época arcaica, sí así se quiere, del derecho del consumidor.

Si vemos un poco el contexto y contenido de este primer estatuto del consumidor, podríamos concluir que aunque es limitado, y estipulaba muchas trabas de tipo procesal y estructural para generar un adecuado acercamiento del consumidor a los organismos de protección, si fue el primero visó de preocupación concreta por generar leyes de protección a los consumidores.

Como se puede inferir de lo anterior, uno de los principales problemas que tiene el derecho de consumo, es las condiciones que tienen los sujetos, y en general el tipo de relaciones que se generan entre ellos. Mejor explicado, los consumidores, en la mayoría de los casos no tienen un conocimiento amplio sobre sus derechos en estas relaciones, y la cuantía en muchos de estos casos es insignificante frente a los gastos que podría generar llevar un trámite de este tipo, lo cual da como resultado que el aparato jurisdiccional se debe articular para hacer menos gravosas estas situaciones y equilibrar las relaciones de consumo.

El Decreto 3466, en palabras del profesor Chamie:

Tampoco este decreto, que estuvo vigente hasta hace poco, consagró una declaración sustancial de principios, derechos y deberes de la disciplina tratada; iniciaba con las definiciones, para luego de inmediato ocuparse de la calidad y registro de los bienes y servicios, y de la garantía mínima presunta. En las normas siguientes no trataba la información sino que se ocupaba de las marcas, leyendas y propagandas; el resto del articulado se detenía en la fijación de precios, las sanciones administrativas, la exoneración de responsabilidad y algunas funciones para la Superintendencia de Industria y Comercio.²

Es por ello que generar trabas como las que contenía el Decreto 3466 limitaba el acceso a una justicia para el consumidor, y restringía el campo de acción de los consumidores.

En las mismas palabras de la SIC, la entrada de la Ley 1480 es de vital importancia para el ordenamiento colombiano, pues fue una forma de quitar las taras que existían en torno a la protección de este tipo de derechos y, en oposición al régimen anterior, generó un acercamiento entre los tres extremos, autoridad, consumidor y protección.

En el caso colombiano, pasar de un sencillo esquema de protección al consumidor, como el que contenía el Decreto 3466 de 1982, a un sistema de normas que articula los derechos y deberes de los consumidores y empresarios con las distintas herramientas procesales para hacerlos efectivos y, a su vez, impone obligaciones a las autoridades para crear en el país una cultura de consumo responsable al implementar programas de información y educación, ha sido un logro importantísimo para el fortalecimiento del mercado nacional.³

De forma resumida, los principales aportes que este primer Estatuto de Consumidor fueron el del establecimiento de una garantía mínima presunta, responsabilidad de la información contenida en marcas leyendas y propagandas, fijación de precios, responsabilidad de los productores por la idoneidad y calidad de sus bienes y servicios, además del otorgamiento de algunas facultades a la SIC. A lo largo de este trabajo se tratará y se hablará de la SIC como la autoridad encargada de la protección en temas de consumidor, aun cuando como veremos, existen muchas otras tantas que también tiene atribuciones respecto de los derechos de los consumidores.

² CHAMIE, José Félix. Principios, Derechos y deberes en el derecho colombiano de protección al consumidor. Revista Derecho Privado No 115. Bogotá 2013. P. 6.

³ Superintendencia de Industria y Comercio, Superintendente Pablo Felipe Robledo del Castillo, Editora; Diana Mariño López, Protección al Consumidor en Colombia, Una aproximación desde las competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio, Bogotá 2017. P. 18.

Sin embargo de estos aportes, este Estatuto del Consumidor se quedaba corto para las necesidades de los consumidores. Los mayores problemas de esta disposición, es que si bien estas pueden entenderse como una primera aproximación a las normas de actuales de consumidor, no cumplían con las expectativas creadas alrededor de este tipo de normas. Algunas de las principales fallas del Decreto 3466 eran:

- El término de garantía allí contenido era difuso y carecía de concreción.
- La responsabilidad de los productores era limitada, por lo que algunas obligaciones no le podían ser endilgadas.
- La calidad en ese momento era vista solo respecto de las cualidades del producto, y no respecto de la información que se dé sobre el mismo.
- Esta norma era de orden sustancial y no contenía un procedimiento concreto que permitiera a los consumidores hacer valer sus derechos.⁴

Como mencioné anteriormente, desde el instante de la promulgación del Decreto 3466, se le otorgó a la SIC la competencia para velar por los derechos de los consumidores en Colombia, así que es importante resaltar la importancia que ha tenido desde ese entonces la SIC, en el sentido de que el progreso de esta entidad, entendido este como el crecimiento institucional, ha contribuido al desarrollo mismo del derecho del consumidor.

Lo anterior, sin perjuicio de que como veremos más adelante, la responsabilidad de ser la entidad encargada de velar por el cumplimiento de estos derechos en específico, ha generado inconvenientes y retos específicos para esta entidad.

2.2. Principales fallos que contribuyeron al fortalecimiento del derecho al consumo en Colombia.

A continuación, se una síntesis de los aportes contenidos en algunos fallos que han sido exaltados por la misma SIC, como las principales bases jurisprudenciales del derecho de consumidor, con anterioridad a la expedición de la Ley 1480. La importancia de estos, es la verificación de los principales antecedentes jurisprudenciales sobre el tema, los cuales en su momento robustecieron las normas referentes al derecho de consumo.

- Corte Constitucional, Sentencia C-1141 de 2000, M.P.: Dr. Eduardo Cifuentes Muñoz Norma demandada: artículos 11 y 29 (parciales) del Decreto 3466 de 1982.

⁴ Aunque más adelante, en el artículo 145 de la Ley 446 de 1998 se le otorgaron a la SIC algunas funciones jurisdiccionales, estas no eran comparables con las que hoy en día cuenta esta superintendencia, pues en aquel momento iban encaminadas a sancionar al proveedor o comercializador, pero no a la protección efectiva de los derechos del consumidor como directo afectado en la relación de consumo.

Esta sentencia representa un asentamiento jurisprudencial de los conceptos de calidad e idoneidad del producto, pues ya no se ve desde una perspectiva de calidad mínima del producto, sino que además se debe tener en cuenta características de orden sustancial, procesal y participativo:

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).⁵

Además de ello, reafirma una vez más, que la razón de ser de los derechos del consumidor, es generar situaciones de equilibrio entre los consumidores y los productores y distribuidores, siempre que entre ellos existe una asimetría natural, pues es el consumidor, quien en últimas acude al mercado en búsqueda de la satisfacción de sus necesidades humanas, en principio no cuenta con la misma información ni el nivel de profesionalidad con la que sí cuenta el productor.

Otro aspecto importante que esta sentencia contempla, es el derecho al resarcimiento del consumidor, pues en muchos casos la garantía no es suficiente, ni equiparable para el cubrimiento de los daños ocasionados al consumidor, siempre que en ocasiones los daños de los productos pueden comprometer derechos como los de la vida, integridad física y salud.⁶

- Sentencia C-415 de 2002, M.P.: Dr. Eduardo Montealegre Lynett Norma demandada: inciso tercero parcial del artículo 148 de la Ley 446 de 1998 modificado por el artículo 52 de la Ley 510 de 1999.

Esta sentencia es una confirmación del precedente, el cual permite la atribución de funciones jurisdiccionales a entidades administrativas, lo cual si bien para el año 1998, fecha de la expedición de la Ley 446 que contiene atribuciones jurisdiccionales a las distintas Superintendencias, era novedoso, hoy se convierte en uno de los mayores atractivos del procedimiento del derecho del consumidor, pues es directamente la SIC quien tiene un procedimiento mucho más ágil y con mayores garantías que el que podría ofrecer la jurisdicción ordinaria. Es importante advertir que aunque es un precedente algo tímido de las facultades jurisdiccionales que hoy ostenta con mucha más relevancia la SIC,

⁵ Corte Constitucional, Sentencia C-1141 de 2000, M.P.: Eduardo Cifuentes Muñoz.

⁶ Para ampliar este tema pueden consultarse las sentencias T-118 y T-333 de 2000.

es importante revisarlo pues en esta sentencia se evidencian las bases de dichas atribuciones jurisdiccionales, las cuales actualmente son de obligatoria observancia para la SIC.

- Consejo de Estado, Sentencia Exp. 8149 de 2003 MP Manuel Santiago Ureta Ayola.

Esta sentencia es relevante, pues establece parámetros para la publicidad y la información que se le presenta al consumidor, la cual debe ser en estrictez seria y veraz, para que así no genere una dicotomía entre lo realmente adquirido y la idea que existía en el imaginario del comprador.

por no corresponder la propaganda a la realidad, pues los incentivos no fueron entregados o no lo fueron en la oportunidad señalada; por inducir a error al consumidor respecto del precio de la suscripción, pues no se especificó en la mayoría de los comerciales que la suscripción se renovarían automáticamente, lo que conlleva también a que se concluya que la información no fue suficiente y veraz; y por no corresponder las condiciones de la suscripción a las reconocidas ordinaria y habitualmente en el mercado.⁷

Esto es muy importante pues uno de los pilares de la Ley 1480, producto precisamente del desarrollo jurisprudencial, es el derecho a la información, el cual busca que la creencia que un consumidor se forme respecto del producto o servicio que va a adquirir, concuerde con la realidad de aquel producto o servicio.

- Corte Suprema de Justicia, sentencia número 107 de 1986, MP Hernando Gómez Otálora.

Podemos considerar que esta sentencia contiene el primer viso de la hoy desarrollada responsabilidad de la cadena de producción o comercialización, sobre lo cual, la Corte advirtió en ese momento que:

si bien la obligación de garantizar las condiciones de calidad e idoneidad del producto corresponde al productor, no es exclusiva de éste, ya que en todos los contratos de venta la misma obligación se entiende pactada en defensa del consumidor y en cabeza del proveedor o distribuidor (la otra parte en el contrato) quien debe responder por ella ante el adquirente, sin perjuicio de exigirla, a su vez, a su expendedor o proveedor y así sucesivamente. Las responsabilidades, pues, están, determinadas en la ley claramente y cada uno de los expendedores o proveedores responde por sus propias obligaciones – las emanadas del contrato que celebra, entre cuyas cláusulas se entiende pactada la

⁷ Consejo de Estado, Sentencia del 8 de mayo de 2003, MP Manuel Santiago Ureta Ayola, Exp. 8149 de 2003.

garantía mínima -, sin que pueda afirmarse, como lo hace el demandante, que se esté respondiendo por obligaciones ajenas.⁸

De lo anterior, no concluimos otra cosa diferente a que desde el año 1986, si existía una responsabilidad amplia respecto de los productores y expendedores del producto, para que de esta forma el consumidor pudiese plantear sus pretensiones frente a cualquiera de ellos, aunque de una forma precaria en comparación a cómo podría hacerlo hoy en vigencia de la Ley 1480.

- Corte Suprema de Justicia, Sentencia Exp. 6775 de 2001 MP Manuel Ardila Velásquez.

En este caso la Corte abordó un caso muy importante para el desarrollo de estos casos, y es la concepción de la publicidad engañosa, la cual claramente se encuentra en una etapa precontractual de la formación del contrato. Así que, aparte de la seriedad de la oferta, también debe existir una claridad simétrica entre la publicidad y el producto finalmente recibido por el consumidor.

Así que -y para abordar sin pérdida de momento el punto al que se quería llegar-, independientemente de la obligatoriedad de la oferta, cuando la invitación a contratar se realiza por conducto de una publicidad no puede, no debe, descartarse un eventual daño a sus destinatarios y su condigna reparación, si es que publicidad tal no se hace con apego a la sinceridad y seriedad que es de esperarse, de modo de inferir que la confianza del consumidor ha sido traicionada.⁹

Ello quiere decir que la publicidad, para el caso de los consumidores, aun cuando en el ordenamiento jurídico no cumpla con estrictez los requisitos de una oferta, si representa una vital importancia en la etapa precontractual, pues es por medio de un uso indebido de ella que se puede llegar al engaño, es decir, se puede llegar a la venta de un producto en condiciones distintas a las que fueron ofrecidas.

Como veremos, publicidad, junto con una información completa y veraz, es uno de los factores más importantes que la Ley 1480 desarrolló, y los cuales ahora sirven a los intereses del consumidor.

2.3. Exposición de motivos de la Ley 1480

Los aciertos y solución a las falencias del anterior estatuto del consumidor, así como los derechos específicos que se protegieron por medio de la jurisprudencia, dieron como resultado la Ley 1480.

⁸ Corte Suprema de Justicia, Sentencia número 107 de 1986, MP Hernando Gómez Otálora.

⁹ Corte Suprema de Justicia, Sentencia Exp. 6775 de 2001 MP Manuel Ardila Velásquez.

Así, respecto de la anterior regulación, el Decreto 3466, se dijo que en consecuencia de la Asamblea Constituyente se generó una nueva relación de consumo, respecto de la cual dicho decreto ya era obsoleto, pues con la Constitución de 1991, se introdujo en el artículo 78, el derecho a la calidad de bienes y servicios y protección a los consumidores, el cual ampliaba este tipo de derechos a rango constitucional.

Respecto de esta situación, la exposición de motivos dijo que:

De este nuevo panorama, en el que las relaciones de consumo tenían una raigambre constitucional, a diferencia de la constitución de 1886, se derivó la ley 1480 del año 2011, que como sostuvimos en líneas anteriores se erige como una normativa mucho más consciente de la nueva realidad en la que se ubican las relaciones de consumo. No obstante, hay que decir, que varios aspectos que atañen a las dinámicas propias de aquellas relaciones quedaron excluidos de dicha regulación, por ejemplo, en lo que concierne al presente proyecto de ley, nada se dijo con relación a la publicidad abusiva.¹⁰

Esto quiere decir que la Ley 1480, en términos generales surgió de la insuficiencia que representaba la regulación anterior, la cual para la entrada en vigencia de la Constitución de 1991, ya era necesaria su reforma, lo cual se reforzó con la entrada de las TIC's, situación que dejó mucho más obsoleta el antiguo estatuto. Como ya veremos adelante, aunque las TIC's representan uno de los principales atractivos de la normatividad, también se convirtió en uno de los principales retos para la aplicación de este derecho.

3. PRINCIPALES ASPECTOS DE LA LEY 1480

A continuación, se hará una sucinta mención de los derechos que comprende la Ley 1480, así como de los principales aspectos que hacen de esta, una Ley favorable para el la protección de las actividades de consumo.

3.1. Derecho a la calidad, idoneidad y seguridad.

La calidad se entiende como aquella condición en que los productos y servicios cumplen con las principales características que constituyen la identidad del producto o servicio. La idoneidad, es la eficacia del producto para satisfacer la necesidad para la que el producto fue elaborado, en últimos, se trata de que el producto sirva para que lo fue hecho. Por su parte, la seguridad es que la utilización del producto o servicio, en condiciones normales de uso, no produzca efectos adversos a la vida o a la salud de los consumidores.

Aunque estos 3 conceptos casi siempre se relacionan con el precio del producto o servicio, un menor precio ofrecido no es óbice para que se baje sustancialmente la calidad, idoneidad o seguridad del producto, así que debe todo productor debe tener un mínimo de características que los haga seguros y aptos para la circulación en el mercado.

¹⁰ Congreso de la República de Colombia, exposición de motivos Ley 1480 de 2011.

Además, el estatuto contiene otro factor importante que es el de la calidad, idoneidad y seguridad ofrecida, donde confluye, como a lo largo del estatuto, la información de lo ofrecido con las características reales del producto. Es decir, aun cuando hay un mínimo de características del producto, si se ofrecieron otras tantas, estas deben cumplirse de forma estricta, y en caso de que presente algún tipo de riesgo, este debe reseñarse de forma clara a los consumidores.

3.2. Derecho a la información.

Este derecho, en efecto, ha permeado la Ley 1480, pues tiene una especial influencia en la mayoría de los otros derechos. Lo anterior se entiende en que la información que reciba el consumidor, influirá en la responsabilidad directa del productor o proveedor del producto.

Y no podría ser menor su importancia, ya que el artículo 78 de la Constitución Política expresamente dice: *"La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización"*.

Según el estatuto del consumidor, dicha información debe contar con algunas características, y es que esta información debe ser completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea.

El cumplimiento de estos verbos garantiza que la decisión final del consumidor se base en la información precisa que ha dado quien elaboró el producto, o quien lo está distribuyendo, y así, en últimas, que confluya la voluntad del consumidor, su necesidad, y las características del producto.

3.3. Derecho a la reclamación.

Como es previsible, y como se advirtió anteriormente, una de las mayores preocupaciones es el acceso a la administración de justicia por parte de los consumidores, quienes en la mayoría de casos, por ser relaciones netamente de consumo, tienen características de bajo perfil. Según el profesor Shina, *"uno de los problemas centrales de los consumidores es lograr una tutela realmente efectiva de sus derechos. La mayoría de las veces la queja del sujeto se agota en un largo silencio integrado por la indignación primaria, la indiferencia posterior y el inevitable rencor que, en el mejor de los casos, desaparece con el correr de los días"*¹¹

Esta legislación en especial, ha facilitado y ha acercado un poco más el proceso de la reclamación al consumidor, quien es en últimas el sujeto que se pretende proteger en la relación contractual. Lastimosamente, muchas veces el consumidor no acude ante estas instancias, ya sea por su desconocimiento sobre la norma, o bien por que quien si tiene el conocimiento de ella no le interesa el caso por su cuantía. De nuevo, el profesor argentino, nos explica esta situación al afirmar que:

¹¹ Estatuto del Consumidor, Comentarios a la Ley 1480, SHINA Fernando E., Buenos Aires, Bogotá, Porto Alegre, 2017, Ed. Universidad del Rosario. P. 31.

Sin embargo, los motivos de esa situación no deben ser atribuidos a la desidia del sujeto o a su negligencia. Es más bien lo contrario. La mayoría de las personas no se quejan porque ignoran que tienen derecho a hacerlo. Casi todos los contratos que deben firmar contienen cláusulas que limitan, o directamente prohíben, su derecho a reclamar. No sabe el consumidor, y no tiene por qué saberlo, que esas estipulaciones son cláusulas abusivas.¹²

La Ley 1480 intenta contrarrestar este tipo de inconvenientes por ejemplo con las ligas del consumidor, quienes a pesar de ser constituidas con el Decreto 1441 de 1982, actualmente tienen vigencia y relevancia en el ordenamiento, y se encargan de prestar un asesoramiento gratuito a los consumidores, respecto del procedimiento contenido en el artículo 58 de la Ley 1480.

Otro aspecto importante y novedoso, es la posibilidad que le asiste al juez de fallar infra, extra y ultrapetita, según el numeral 9 del mismo artículo 58. Además, es importante mencionar que antes de incoar una acción judicial, el procedimiento de consumidor ha establecido su propio requisito de procedibilidad llamado reclamación directa, la cual deberá presentarse de la forma y con el lleno de los requisitos contenidos en el numeral 5 del artículo 58 de la Ley 1480.

3.4. Derecho a la protección contractual.

El derecho a la protección contractual es de especial importancia, toda vez que es por medio de la armonización contractual, que en últimas se logra una confluencia favorable en el mercado, de las responsabilidades de toda la cadena de consumo. Básicamente recoge 3 aspectos importantes a) el reconocimiento de una interpretación más favorable al consumidor; b) las reglas mínimas de contenido para los contratos de adhesión, o bien, las condiciones generales para la contratación, y c) la ineficacia de pleno de derecho de las cláusulas abusivas.¹³

En palabras del profesor Shina, la Ley 1480 se encarga de este aspecto de forma favorable, pues:

El Título VII de la ley recorre a lo largo de sus siete capítulos y veinte artículos todos los aspectos relevantes que hacen a la contratación de bienes y servicios de consumo. Se trata, a nuestro modo de ver, de uno de los títulos más importantes de la ley. Asume el legislador que el contrato de consumo en nuestros días es clave para el eficaz tráfico comercial masivo, pero no ignora que esos contratos son predispuestos por los proveedores sin la participación del usuario, que limita su acto

¹² Ibid.

¹³ CHAMIE, José Félix. Principios, Derechos y deberes en el derecho colombiano de protección al consumidor. Revista Derecho Privado No 115. Bogotá 2013. P. 13

*voluntario a aceptar o rechazar las reglas que les proponen en paquetes cerrados que no permiten negociación.*¹⁴

Ahora, desde otro punto de vista, este derecho tiene un importante desarrollo en la Ley 1480, pues es novedoso en tanto y cuanto propuso una lista, que aunque es meramente enunciativa, si da una guía sobre las cláusulas abusivas que se pueden presentar en este tipo de contratos.

Lo anterior, cobra vital importancia en los contratos de adhesión, que resulta ser la mayoría de los contratos que se presentan en las relaciones de consumo, pues en casi todos ellos sus cláusulas no pueden ser objeto de negociación. Este sin duda es uno de los mayores aportes de esta ley, pues permite identificar aquellas cláusulas que injustificadamente, limitan la responsabilidad del productor o restringen de alguna forma el uso o goce de un bien o servicio.

Con lo anterior se genera la reducción de contratos leoninos, y permite sacar del tracto contractual este tipo de cláusulas, lo que en últimas permite tratos justos en el mercado de consumo. La forma de hacer efectivas las ventajas que trae la Ley 1480, es el artículo 61 de la Ley 1480, en el cual se establecieron una serie de sanciones que podrán ser aplicables a quién viole el estatuto y las normas conexas, lo que en últimas es la convergencia de la vía gubernativa y la jurisdiccional.

Este aspecto es bastante positivo y vigoriza esta Ley, pues como ya dijimos, las pretensiones en estos asuntos son regularmente bajas, así que de no existir esta posibilidad sancionatoria al infractor, la ley no tendría una fuerza coercitiva, lo que haría inocuas sus disposiciones, generando que el abuso se convierta en una constante.

3.5. Derecho a la educación.

El numeral 1.11 del art. 3º, consagra la necesidad de educación respecto de los derechos y deberes que tiene un consumidor y un proveedor, pues este derecho no se podría ver solo desde una perspectiva, a recibir la educación respecto de los derechos y deberes que surgen en una relación de consumo.

Recordemos que para la Ley 1480, la educación no es solo un deber, sino que además se trata como principio rector de las relaciones de consumo, lo cual lo convierte en un aspecto de especial relevancia y en uno de los fines últimos del estatuto, pues si se entiende el consumo como una actividad humana fundamental, es esencial que se genere una conciencia colectiva de consumo.

Esta educación define por completo una sociedad, y refleja el sometimiento a tendencias innecesarias, y en últimas, a la priorización de fines propios de un Estado.

El acto de consumo es, en simultáneo, una manifestación de la cultura del sujeto. La forma en que consumimos, las cosas que consumimos, lo

¹⁴ Estatuto del Consumidor, Comentarios a la Ley 1480, SHINA Fernando E., Buenos Aires, Bogotá, Porto Alegre, 2017, Ed. Universidad del Rosario. P. 32.

que consumen nuestros jóvenes y nuestros hijos, sus gustos, los nuestros, lo que comemos, cómo nos vestimos, qué música escuchamos, qué personaje ocupa la mayor parte de nuestras horas, cómo hacemos para librarnos de él. Todos estos iconos del consumo están intervenidos por la cultura.¹⁵

Es por esto que se le debería dar una mayor importancia a la cultura del consumo de nuestro país, pues ello representa bienestar y una correcta utilización de recursos, y en muchos casos, hasta el impulso de pequeñas industrias y emprendimientos locales.

3.6. Derecho a la igualdad y al trato digno.

Este derecho se asocia con la individualidad de la persona, y el derecho que esta, sin importar cada una de sus condiciones, tiene a ejercer la actividad de consumo. Este es un derecho que aún falta por desarrollar, por el simple hecho que en la práctica es bastante difícil de generar en la conciencia de una sociedad y dentro de los empresarios.

Lo anterior se explica de mejor forma en el sentido de que así como cada persona tiene un abanico de características socioeconómicas, estas mismas características deben presentarse de forma permeada en los productos que se ofrecen al público.

Es decir, que sin importar ninguna de estas condiciones, dos individuos puedan tener acceso, dentro de sus necesidades y posibilidades económicas, a un mismo género de productos y servicios, y es allí donde está la dificultad de generar conciencia, pues por no rebuscar un ejemplo diciendo, no todas las marcas de vestuario sacan sus prendas en todas las tallas al mercado. Desde estos simples actos se ve una desigualdad y un trato que no es digno en las relaciones de consumo.

4. VISIÓN INTERNACIONAL DEL DERECHO DEL CONSUMO

En este capítulo veremos cómo se maneja el derecho de consumo en el ámbito internacional, en específico en los Estados Unidos, y en la Unión Europea.

Antes de mencionar en específico los aspectos relevantes de estos dos sistemas jurídicos, veamos cuales son actualmente las principales preocupaciones del derecho internacional del consumo.

En el Derecho Internacional, las ya mencionadas Directrices de la Organización de las Naciones Unidas establecen las siguientes líneas de acción, ubicadas en el capítulo "Acceso al consumo", a saber : a) eliminación de las prácticas que perjudiquen la libertad de elegir (art. 13); b) protección al consumidor en todos los sectores de la población (art.4); c) establecimiento de programas de atención a necesidades de

¹⁵ Ibid P. 33.

consumidores que se encuentren en situación desventajosa (zonas rurales o urbanas, bajos ingresos, analfabetos, etc.) (art.31).

Por su parte, la Asamblea General de la International Consumer (World Congress 1984) contó entre sus propuestas aquella que propicia que los Estados pongan especial énfasis en las necesidades y dificultades de grupos de consumidores en situación desventajosa, especialmente niños, indigentes y personas con discapacidades. Concretamente incluye: a) componentes temáticos especiales en proyectos y programas; b) política de financiamiento y adaptación de programas y planes; c) bregar por adecuada provisión de bienes adaptados y servicios aptos para personas discapacitadas, y su integración en todos los aspectos de la vida, y d) evaluación en los test de productos del aspecto de su utilización por personas discapacitadas.¹⁶

Desde el mismo ámbito internacional, se ve reflejada como la igualdad del consumidor en las sociedades modernas toma una especial relevancia, además de la protección a ciertos grupos específicos con un mayor grado de vulnerabilidad en el mercado.

Desde esta perspectiva se debe abordar el estudio internacional, el cual, sin lugar a dudas va a influir necesariamente en el ámbito de la legislación nacional, pues demarca los objetivos a que apunta el desarrollo del derecho del consumidor.

4.1. Estados Unidos

El primer punto novedoso lo trae la Comisión Federal del Comercio, por medio de la utilización de los medios tecnológicos para la información, promoción y educación de las políticas de protección el derecho al consumo.

En la página de internet de esta Comisión, se encuentra un amplio material, en varios idiomas, que permiten generar una verdadera educación de consumidor.

Y es una verdadera educación, pues está encaminada a la identificación y consolidación de una cultura de consumo. Sus materiales incluyen guías prácticas y consejos respecto de cuestiones básicas, tales como la elaboración de un presupuesto y una planeación económica, como hacer compras virtuales, como ahorrar dinero en las compras, y otras mucho más específicas como entablar acciones y presentar quejas por abuso a los derechos del consumidor.

El sistema de los Estados Unidos se fundamenta en un sistema basado en leyes antifraude, en las cuales se busca que se generen quejas respecto de prácticas comerciales engañosas y desleales en el mercado.

¹⁶ El Consumo como derecho humano, Tambussi Carlos Eduardo, Editorial Universidad S.R.L., Buenos Aires 2009. P. 82.

Las reclamaciones se pueden hacer directamente ante los mismos comerciantes, y de forma complementaria existen mecanismos de denuncia, los cuales operan de forma general en cada uno de los estados.

4.2. Unión Europea.

Por ser un bloque económico, el Consejo de las Comunidades Europeas, ha adoptado hace bastante tiempo directivas que guían a los países miembros a la consecución de una verdadera política de protección al consumidor.

Estas directivas no son para nada nuevas, pues por ejemplo, desde el año 1993 se profirió la directiva sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con los consumidores.

En los considerandos de dicha directiva, se apunta la erradicación de uno de los principales problemas que se presentan en las relaciones de consumo, como es que *"generalmente los consumidores no conocen las normas que regulan los contratos de venta de bienes o de prestación de servicios en los Estados miembros distintos del suyo; que esta dificultad puede disuadirles de realizar transacciones de adquisición de bienes o servicios de modo directo en otro Estado miembro"*¹⁷

En efecto, este especial desconocimiento genera, o por lo menos debería generar, una especial preocupación en el Estado para la pronta regulación de estas situaciones, pues generalmente en estas relaciones es natural que exista de un lado un profesional, y del otro un ciudadano que presenta un conocimiento en el mejor de los casos restringido respecto del producto.

Esta situación podría empeorarse si en el contrato mismo se establecen cláusulas abusivas que tengan como fin o efecto aumentar aún más este desequilibrio. En un anexo de esta directiva, se puede encontrar un listado de cláusulas que podrían tener por objeto o efecto la producción de tal desequilibrio, las cuales evidentemente se consideran abusivas.

Como vemos, tenemos por lo menos en este tema un letargo importante, pues desde 1993 la Unión Europea ya tiene superada la regulación respecto de cláusulas abusivas, así que se han dedicado a mejorar el sistema de gestión de las reclamaciones.

Además de esto, según la cartilla "Consumidores"¹⁸ de la Unión Europea, los siguientes son los principales avances en este campo:

- Desde el año 2005 está prohibida en la UE técnicas agresivas de ventas, tales como costos ocultos, alegaciones falsas, información engañosa o publicidad dirigida a niños.

¹⁷ Consejo de las Comunidades Europeas, Directiva 93/13/CEE del Consejo del 5 de abril de 1993 sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores.

¹⁸ Unión Europea, Dirección General de comunicación, "Consumidores, el consumidor es lo primero" año 2016

- Protección de los contratos a distancia, asegurándose que se cuenta con la suficiente información para realizar la compra, además de la posibilidad de retracto dentro de 14 días hábiles sin consecuencias ni sanciones.
- Todos los productos a la venta tienen una garantía de 2 años, plazo dentro del cual el consumidor tendrá derecho a que el producto sea reparado de forma gratuita, en caso de fallos que existían al momento de la entrega. Si el producto no puede repararse, se tiene derecho a solicitar un reembolso o reducción del precio.
- Respecto de la solución de los conflictos, la UE estableció mecanismos de solución de conflictos más rápidos, sencillos y económicos que aquellos que se llevan ante los Tribunales. Para este efecto, y en general para cualquier tipo de reclamaciones, existe una plataforma digital que opera para todos los países parte, que ofrece el servicio de las controversias que aquí se originen.
- Además, si son demandas de cuantía inferior a €5.000, se pueden llevar sin necesidad de abogado, y las decisiones adoptadas en por este medio, se reconocen y son ejecutables en cualquier país miembro. En estos casos, desde la notificación, el proceso no durará más de 60 días (30 para la respuesta del demandado y 30 para proferir sentencia), y se tramita mediante formulario.

Como vemos, este bloque económico tiene una gran facilidad respecto de los retos de la globalización, pues por medio de sistemas integrados y de la cooperación transnacional, han logrado establecer mecanismos autónomos y sencillos, por medio de los cuales se permiten una mayor cobertura del derecho del consumidor.

Algo que hay que rescatar es que acá no existe la preocupación por resaltar una entidad abanderada de la protección de los derechos de consumo, sino que simplemente ponen a disposición de los consumidores los elementos necesarios para proteger sus derechos.

5. RETOS DEL DERECHO DE CONSUMIDOR EN COLOMBIA

5.1. Globalización y consumidor.

En un mundo globalizado como el que nos ocupa ahora, y con el surgimiento de bloques económicos transnacionales que se consolidan regionalmente y compiten entre sí, es de vital importancia que se establezcan políticas de protección que trasciendan las barreras Estatales, y puedan dar un mayor alcance de protección a los consumidores.

En las relaciones comerciales actuales, es normal que el intercambio de bienes y servicios se dé de forma transfronteriza, lo que implica muchos más riesgos y retos para un Estado que tiene como objetivo la protección de los derechos del consumidor.

El mayor acercamiento de la Ley 1480 en este sentido, es el párrafo 2° del artículo 13, el cual establece la posibilidad de exigir garantías globales ante el representante de la marca en el país. Sin embargo, se queda corta frente al reto antes descrito.

Esta problemática, en últimas, genera que el Estado adopte medidas encaminadas a la protección de los derechos de sus asociados consumidores, las cuales pueden ir en dos vías. La primera de ellas es la de exigir a cada productor o comercializador internacional, que tenga una presencia, o por lo menos, un representante en el país para atender las solicitudes de los consumidores. Esto en la práctica es virtualmente imposible, pues el nacimiento de las nuevas marcas y la libertad económica del individuo, generaría un excesivo desgaste de la administración para lograr que toda marca tenga algún tipo de representación en el país.

Una vertiente a la anterior, podría ser la posibilidad de implementar una plataforma virtual de quejas directas ante cada uno de los productores y comercializadores, por medio de la cual se informe el requerimiento respecto de la idoneidad, calidad y seguridad del producto y se establezca un procedimiento similar al que en estos momentos se ha establecido para el arbitraje electrónico referente a las garantías mobiliarias¹⁹.

El segundo camino que un Estado podría seguir, es el implementar políticas transnacionales para que las reclamaciones válidas en un país, tengan un carácter vinculante en un gran bloque económico. Aunque esta opción también presenta dificultades, es actualmente más factible y podría generar grandes resultados, aun si solo se empezara por establecer este tipo de políticas entre los países Latinoamericanos.

En últimas, la globalización es un hecho inminente, y aunque es un hecho socioeconómico ya vetusto, muchas de sus implicaciones prácticas solo se observan con el pasar de los años, y la aparición de las tecnologías podría generar una serie de problemáticas respecto de violación de los derechos de los consumidores, para lo cual los Estados deben estar preparados con políticas orientadas a una protección internacional del consumidor.

5.2. Educación, un derecho de toda la cadena de consumo

Este aspecto es muy importante, pues si bien hemos ya habado de la educación que debe existir respecto de los derechos y deberes del consumidor, también es muy importante que esta educación exista de forma permeada a todos los actores de este tipo de relaciones.

Lo primero es advertir que la educación de consumo no solo debe estar orientada a los derechos y deberes que determinado sujeto de consumo tiene en una relación específica, sino que debe enseñarse desde lo más básico, tal como la realización de un presupuesto,

¹⁹ Para esto ver la Circular N° CIR18-0000082-DJU-1500 del Ministerio de Justicia y Derecho, la cual si bien es hasta ahora un proyecto de regulación, en el corto plazo será una completa realidad, que a mi juicio cambiara la perspectiva respecto de la justicia.

para así evitar un posible impago de un producto financiero, frente a la necesidad de los productos, lo cual generaría un evidente conciencia de consumo. En pocas palabras, debe enseñarse a consumir y no a demandar.

El segundo aspecto importante que debemos mencionar sobre este derecho y deber de educación, es que debe ser permeado, pues si bien los consumidores tienen derecho a recibir la orientación sobre el abanico de posibilidades que tienen en las etapas precontractual, contractual y poscontractual, así también tienen derechos los otros actores del mercado.

Si bien es cierto que quienes intervienen en la cadena de comercialización son profesionales, esto no obsta para que a estos actores también se les brinde la educación necesaria para que generen procedimientos internos con el lleno de los requisitos que la Ley 1480 exige de él, como por ejemplo, aquellos contenidos en su artículo 12, el cual establece que debe existir unas constancias de recibo y reparación con una serie de información relevante.

Aunque parezca difícil de creer, en la práctica no es lo usual que se establezcan estos mecanismos en medianas y pequeñas empresas, aun cuando es apenas lógico dejar estas constancias del estado en que se entrega un producto.

Así entonces, supongamos que se lleva un producto defectuoso a un productor, este lo repara y lo deja en condiciones óptimas, pero no dejó el certificado de entrega del producto. Luego de un tiempo, el consumidor vuelve con dicho producto con nuevas averías, las cuales no son producto ni de la reparación, ni defectos propios del producto. En este caso, aun cuando el productor cumplió con la obligación de reparar el producto, este debería reintegrar el bien o el equivalente de este en dinero, solo por no haber dejado constancia de la entrega efectiva. Podría argumentarse que existen posibilidades procesales para demostrar lo contrario, pero lo cierto es que mucho más se podría obtener con el establecimiento de políticas empresariales internas pro consumidor, a las cuales claramente se llega con educación.

5.3 Necesidad de productos temporales.

Tal vez, la visión más importante con la que se debe abordar el derecho al consumo es la necesidad. Así entonces, en un estado normal de mercado, nadie compra un producto si no tiene la necesidad de él, ya sea física o psicológica, pero al fin al cabo necesidad (tema que no compete al estudio de esta investigación, pero no por ello superfluo, es la relevancia o veracidad de esta necesidad).

Pues bien, atendiendo entonces a esta lógica, es necesario que en caso de que las características de un producto no correspondan con las ofrecidas, o este sea defectuoso, debería en lo posible, provisionarse de un producto que supla esta necesidad que impulsó a la compra del mismo, mientras se hacen las reparaciones necesarias.

Por ejemplo, si un consumidor invierte la mayor parte de sus ahorros en la adquisición de un producto que es necesario para el desarrollo de sus actividades diarias, como es un celular, y este sale defectuoso después de unos días, debería existir una política de aprovisionamiento de un producto que cumpla las mismas funciones, pues sería bastante injusto que esta persona se quede sin el uso del producto por varios días, solo porque el producto no cumple con el lleno de las características de idoneidad.

Aunque en la práctica muchas empresas lo hacen, estas ofrecen esta posibilidad como valor agregado de su servicio, pero no en cumplimiento de políticas de consumo.

5.4 Necesidad de una entidad única en materia de consumidor

Actualmente, aunque la mayor abanderada en materia de consumidor es la SIC, existen otras tantas entidades que pueden ejercer una serie de funciones jurisdiccionales para resguardar sus derechos.

Estas son por ejemplo la Superintendencia Financiera, Superintendencia de Servicios, Superintendencia de Puertos y Transporte, Superintendencia de Salud, Superintendencia de Vigilancia, Aeronáutica Civil, INVIMA, ANTV, entre otras.

Frente a cada una de estas entidades se puede interponer por lo menos una queja respecto de la vulneración de los derechos de consumo, lo cual amplía el espectro de posibilidades que un consumidor tiene frente a la protección de sus derechos, lo cual dependerá del producto o servicio adquirido.

Una desventaja de este sistema es que las resoluciones de conflictos podrían ser contradictorias entre ellas, por lo cual, y además el hecho que por organización es mucho más fácil si solo existiera una entidad en materia de consumidor, es necesario que exista una entidad de competencia restrictiva, quien imparta directrices sobre temas de consumo, para que así se tenga claridad sobre las políticas aplicables de forma clara.

La importancia de las otras entidades, es básicamente el acompañamiento y supervisión, que cada una de ellas podría aportar desde la perspectiva de su campo específico a la decisión final que tomaría aquella única entidad.

5.5. Retos propios de la autoridad competente

Respecto de la entidad encargada de los procesos de consumidor en vía jurisdiccional, en este caso hablaremos de la SIC, presenta algunos desafíos de cara al porvenir del derecho del consumo.

Uno de ellos es que debe evitar a toda costa que las facultades jurisdiccionales se le suban a la cabeza, para que no termine ejerciendo dichas facultades de forma abusiva. Lo anterior porque ya se han presentado algunos casos que pueden generar una cierta sospecha sobre que ello podría llegar a ocurrir. Uno de ellos se presentó con el auto 62425 del 19 de julio de 2017, por medio del cual se admitió una demanda que versaba respecto

de un bien que no era utilizado para la satisfacción privada, personal o familiar, lo cual evidentemente contraría al objeto de protección de la Ley 1480, en especial del numeral 3 del artículo 5°. ²⁰

Al respecto la SIC en esta oportunidad dijo:

Al respecto debe hacerse la precisión que nos estamos apartando del precedente judicial adoptado por este mismo Despacho, en el sentido que se venía estudiando la ausencia de condición de consumidor final del demandante como requisito para rechazar la demanda por competencia, sin embargo, en atención a los señalado en los últimos fallos proferidos por nuestros superiores jerárquicos, Tribunal Superior de Bogotá y Jueces Civiles del Circuito, este presupuesto debe revisarse de fondo por parte del juzgador. ²¹

Lo cierto es que ni el juzgado de circuito es su superior, ni se analizó por parte del juzgador este requisito, ni mucho menos se sustentó el sentido y fundamento de desnaturalizar la Ley 1480, es precisamente este activismo judicial el que se debe evitar.

Pues bien, haciendo seguimiento a este caso, finalizó con sentencia 5295 del 17 de abril de 2018, en la que se declaró la carencia de legitimación en la causa por activa de conformidad con el numeral 3 del artículo 5° del Estatuto del Consumidor, es decir, la sentencia se fundamentó en una declaración que era evidente desde el principio mismo del proceso.

Este es apenas un ejemplo de este tipo de errores que se debe pretender reducir de una entidad de protección al consumidor, los cuales deben tratarse de limitar para que exista un mayor dinamismo, y facilidades procesales.

Otros aspectos, ya referentes a un tema de acceso, es la falta de presencia en todo el territorio nacional, lo que restringe el acceso a las facilidades que brinda la SIC, quien si bien podría suplirse con la jurisdicción ordinaria, lo cierto es que los consumidores si prefieren acceder ante la entidad de la que se infiere un mayor grado de especialidad en estos temas.

El anterior inconveniente podría solucionarse con el acceso a los servicios por medios tecnológicos, lo cual no solo acercaría los consumidores de todos los lugares del país, sino que además flexibilizaría el ejercicio de la justicia respecto de los asuntos del consumidor.

²⁰ Superintendencia de Industria y Comercio, Auto 62425 del 19 de julio de 2017, Exp. 17-104506.

6. CONCLUSIONES

Sobre el estudio realizado en este trabajo podemos concluir que:

- La ley 1480 representó un avance significativo para el derecho del consumidor en Colombia, pues por medio de ella se adoptó un cuerpo jurídico sólido, el cual permite una tutela efectiva del derecho del consumo.
- Bajo la perspectiva de este estatuto, la información tiene una especial relevancia, y casi que permeó la totalidad del mismo, la cual es una de las principales características de la Ley 1480, que es sin duda totalmente beneficiosa para los consumidores.
- Debe cambiarse la perspectiva en cómo se analiza, o por lo menos como se estudia, el derecho de consumo, pues esta actividad económica tiene asidero en la conciencia misma y en las necesidades de las personas, y por supuesto, en donde la psiquis de la persona juega un papel relevante.
- Aunque la Ley 1480 ha jugado un papel importante en la protección de los derechos del consumidor, es importante actualizar los procedimientos para que el acceso a la justicia sea mucho más gentil con el consumidor, y que se logre una mayor celeridad en la obtención de una decisión.
- En estos momentos es un deber adoptar en lo posible medios tecnológicos para la resolución de controversias y la resolución de las mismas, lo que podría significar el acercamiento de la justicia del consumidor, de forma indistinta en el territorio nacional.
- Además de lo anterior, es importante fortalecer políticas externas del consumidor, para así generar bloques económicos proteccionistas de los consumidores en la región.

7. BIBLIOGRAFÍA

CHAMIE, José Félix. Principios, Derechos y deberes en el derecho colombiano de protección al consumidor. Revista Derecho Privado No 115. Bogotá 2013.

CONSEJO DE ESTADO, Sentencia Exp. 8149 de 2003 MP. Manuel Santiago Ureta Ayola.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA, exposición de motivos Ley 1480 de 2011.

CONSEJO DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, Directiva 93/13/CEE del Consejo del 5 de abril de 1993 sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores.

CORTE CONSTITUCIONAL, Sentencia C-1141 de 2000, MP.: Eduardo Cifuentes Muñoz.

CORTE CONSTITUCIONAL, Sentencia C-415 de 2002, MP. Eduardo Montealegre Lynett

CORTE SUPREMA DE JUSTICIA, Sentencia número 107 de 1986, MP. Hernando Gómez Otálora.

CORTE SUPREMA DE JUSTICIA, Sentencia Exp. 6775 de 2001 MP. Manuel Ardila Velásquez.

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. Superintendencia de Industria y Comercio. Protección al consumidor en Colombia; Una aproximación desde las competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio. Bogotá 2017.

SHINA, Fernando E. Estatuto del Consumidor, Comentarios a la Ley 1480. Ed. Universidad del Rosario. Buenos Aires, Bogotá, Porto Alegre, 2017.

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, Auto 62425 del 19 de julio de 2017, Exp. 17-104506.

TAMBUSSI, Carlos Eduardo. El Consumo como derecho humano. Editorial Universidad S.R.L., Buenos Aires 2009.

UNIÓN EUROPEA, DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, "Consumidores, el consumidor es lo primero" año 2016