

# EL DERECHO DE CONSUMO, ENFOQUE CONSTITUCIONAL Y APLICACIÓN EN LA REGIÓN

*LEAL PINZÓN, Julián Alberto <sup>1</sup>*

Recibido: 28 de julio de 2017  
Aceptado para publicación: 10 de octubre de 2017  
Tipo: Artículo de Reflexión

## RESUMEN

El derecho del consumo ha tenido una evolución desde su etapa anterior a la Constitución de 1991, hasta la actualidad, logrando notorios alcances, creándose herramientas, instrumentos y acciones en favor del consumidor, que han fortalecido este nascente campo de la ciencia jurídica. El escrito hace un llamado para que, desde la academia, el derecho del consumo sea estudiado con mayor profundidad, dándole en su aplicación el matiz constitucional que contribuirá a su continuo desarrollo. También, plantea la necesidad de crear herramientas a nivel regional, que permitan ampliar y mejorar, en términos de eficacia, la salvaguarda que ejerce el derecho de consumo de la protección de las garantías de los ciudadanos, como adquirentes de bienes y servicios.

**Palabras clave:** consumo, publicidad, consumidor, poliédrico, constitucionalismo, región.

---

<sup>1</sup> Abogado. Especialista en Gobierno y Gerencia Territorial, Universidad Santo Tomás. Especialista Derecho Constitucional, Universidad Externado de Colombia. Coordinador Grupo de Procesos Sancionatorios de Medicamentos. Dirección de Responsabilidad Sanitaria INVIMA. Correo electrónico: julianlealp@hotmail.com.

## CONSUMER LAW, CONSTITUTIONAL APPROACH AND REGIONAL APPLICATION

### ABSTRACT

Consumer law has been having an evolution since its previous stage to the 1991 Constitution to nowadays, achieving noteworthy achievements, creating tools, instruments and actions in favor of consumers and strengthening this new field of the legal science. This paper makes a highlight with the aim that from the academy, the consumer law will be study in a deeper way, giving it in the application of a constitutional shade that will contribute to the continuous development. Furthermore, raises the need of the creation of tools in the regional level that allow amplify and improve in efficacy terms the safeguard that the consumer law exercises of the protection of the citizens guarantees as owners of goods and services.

**Keywords:** consumption, publicity, consumer, polyhedral, constitutionalism, region.

## O DIREITO DE CONSUMO, ABORDAGEM CONSTITUCIONAL E APLICAÇÃO NA REGIÃO

### RESUMO

O direito de consumo evoluiu de seu estágio anterior para a Constituição de 1991, até o presente, alcançando conquistas notáveis, criando ferramentas, instrumentos e ações em favor do consumidor, que fortaleceram esse campo incipiente da ciência jurídica. A carta pede que o direito ao consumo seja estudado em profundidade na academia, dando-lhe a nuança constitucional em sua aplicação que contribuirá para o seu desenvolvimento contínuo. Além disso, levanta a necessidade de criar ferramentas a nível regional, que permitam expandir e melhorar, em termos de eficácia, a salvaguarda do direito do consumidor de proteger as garantias dos cidadãos, como compradores de bens e serviços.

**Palavras-chave:** consumo, propaganda, consumidor, poliédrica, constitucionalismo, região.

## DROIT DE LA CONSOMMATION, APPROCHE CONSTITUTIONNELLE ET APPLICATION REGIONALE

### RÉSUMÉ

Le droit de consommation a évolué depuis son stade précédent à la Constitution de 1991, jusqu'aujourd'hui, atteignant des réalisations notables, créant des outils, des instruments et des actions en faveur du consommateur, qui ont renforcé ce domaine naissant de la science juridique. Ce document demande que le droit à la consommation soit étudié en profondeur par l'académie, en lui donnant la nuance constitutionnelle dans son application qui contribuera à son développement continu. En outre, il soulève la nécessité de créer des outils au niveau régional, qui permettent d'élargir et d'améliorer, en termes d'efficacité, la sauvegarde du droit du consommateur à protéger les garanties des citoyens, en tant qu'acheteurs de biens et de services.

**Mots-cles :** consommation, publicité, consommateur, polyédrique, constitutionnalisme, région.

### INTRODUCCIÓN

El modelo económico imperante en la mayoría de las naciones y la producción masificada de bienes y servicios, aunado a la industrialización incesante y la presencia permanente de la tecnología en casi todas las actividades humanas, atiborran de productos a cada ciudadano, seducido con datos casi siempre sucintos, pero llenos del atractivo propio que trae consigo la publicidad.

Surge, de manera inconsulta, una relación casi invasiva pero consentida, donde existe un extremo débil que es el ciudadano, generada se reitera entre otras, de las asimetrías en la información que se entrega a este sobre los bienes y servicios adquiridos, los ciudadanos suelen carecer, en muchos casos, de los conocimientos técnicos sobre las

características de los productos que adquieren inclusive comúnmente. Por su parte, el otro extremo de la relación es casi siempre perteneciente a un renglón de la economía que, por su importancia, puede acceder más fácilmente a las instancias de control y de paso hacer valer sus posturas (Corte Constitucional de Colombia, Sentencia C- 479 de 2009).

Esta desigualdad entre las partes intervinientes en la relación comercial, hizo necesario la búsqueda del equilibrio entre las cargas, a través de esfuerzos para el caso de Colombia normativos e institucionales que, poco a poco, se han venido desarrollando como se consignara más adelante.

Hace su aparición en nuestro país, entonces, el concepto de Derecho del consumo, creación estadounidense al igual que las asociaciones de consumidores, como reacción de la sociedad con el fin de proteger sus propios intereses (Camacho, 2013), buscando equiparar al productor y/o distribuidor con el consumidor, implementando para este una serie de mecanismos y acciones que protejan al último de la, ya ampliamente citada, inequidad.

En Colombia, este concepto es relativamente nuevo, si se tiene en cuenta que hasta el año 1982 se establece, tal vez, el primer articulado que regula temas atinentes a la protección del consumidor pero, sobre todo, establece la responsabilidad de productores, expendedores y proveedores sobre la idoneidad, calidad y garantías mismas de sus productos (Decreto 3466, 1982), pasando después por un proceso constituyente, en el cual se dio un rango constitucional a estos primeros alcances en pos del consumidor colombiano, considerándose como cimiento del derecho del consumo a nivel nacional (Constitución Política de Colombia, Art. 78, 1991).

En el año 2011, se expide el Estatuto del consumidor, donde en definitiva se actualiza y configura el nuevo marco regulatorio a la par de la vanguardia en cuanto a relaciones de consumo, se otorgan competencias, procedimientos y actuaciones que protegen al consumidor y no menos importante, se crea la Red Nacional de Protección al consumidor como un compromiso institucional que busca brindar garantías al consumidor frente a las relaciones de consumo que se establezcan con productores y distribuidores de los distintos bienes y servicios. (Ley 1480, Art. 75, 2011).

Jurisprudencialmente, la Corte Constitucional, desde hacía más de una década, venía pronunciándose sobre algunos elementos fundamentales del derecho de consumo, resaltándose el siguiente lineamiento:

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). Los poderes públicos, en las instancias de producción y aplicación del derecho, en la permanente búsqueda del consenso que es característica del Estado social y misión de sus órganos, deben materializar como elemento del interés público que ha de prevalecer, el de la adecuada defensa del consumidor, para lo cual deben habilitarse procedimientos y mecanismos de participación y de impugnación, con el fin de que sus intereses sean debidamente tutelados. (Magistrado Ponente Luis Ernesto Vargas Silva, Sentencia C-830 de 2010).

El carácter poliédrico propuesto en el proveído, cobija una universalidad de criterios que difícilmente podrían ser tratados en este breve documento, lo que sí es posible y debe ser manifestado, es el significado de esta característica propia del derecho del consumo que no con frecuencia se analiza y es el alto componente constitucional que encierra la mayoría de sus desarrollos, es decir, pese a la usanza tradicional, el derecho del consumo no puede encasillarse en el campo del derecho privado ni en el civil, ni en el comercial como quiera que estos suponen una igualdad *inter partes*, característica contraria a la desigualdad que ya se ha expuesto, por lo que se hace necesario encontrar su sustento en la carta magna, entendiéndolo que una afectación en contra de un consumidor puede representar, a su vez, una vulneración de varios de sus derechos incluso fundamentales. A propósito, vale la pena traer a colación las palabras de la Dra. Magdalena Correa Henao, quien afirma que:

“Al mismo tiempo la garantía de los derechos de los consumidores se hace apremiante y exigible desde el principio del estado social de derecho estricto sensu esto es desde el mandato de igualdad fáctica como la igualdad que fundamenta el desarrollo de la libertad.

La igualdad que se reclama no solo apunta a un trato diferenciado en adición, requiere acciones afirmativas que aminoren las condiciones de debilidad manifiesta del consumidor, como forma de asegurar sus intereses económicos, pero también existenciales. Igualdad fáctica para alcanzar condiciones de dignidad, a través de la mejora de su posición en el acceso a los bienes y servicios y en la garantía de la información, y participación, la calidad y responsabilidad por los “productos” que ofrece el mercado y que se consumen para satisfacer desde la procura existencial o mínimo vital, hasta las manifestaciones más amplias de la dignidad humana, es decir para subsistir y de allí en adelante, “para vivir sin restricciones injustificadas”, “vivir bien”, “vivir sin humillaciones” e incluso, para vivir bajo las mejores condiciones posibles existentes como gran promesa de la economía liberal y el utilitarismo (enmendado), recogida (casi) invariablemente por el constitucionalismo.

En este sentido, el derecho del consumidor, tiene en el derecho constitucional, una fuente normativa, que fundamenta, una concepción altamente garantista, como derecho humano, porque más que ciudadanos, y titulares, abstractos o concretos, de libertades y derechos, hoy más que nunca las personas nos desenvolvemos en sociedad ante todo como sujetos que consumen” (Correa, 2013, p. 94).

Es claro entonces que, bajo esta óptica, los derechos de consumidores y usuarios están ligados íntimamente con el concepto de Estado social de derecho (Corte Constitucional de Colombia Sentencia C-133 de 2014) ordenándose desde la Constitución, la existencia de un campo de protección en favor de estos, con el fin de restablecer su igualdad frente a los productores y distribuidores. (Corte Constitucional de Colombia, Sentencia C-313 de 2013).

Pese a que esta concepción ha permeado se puede afirmar las instituciones, debe señalarse empero que los avances han sido significativos pero no suficientes, hay que resaltar que entidades como la Superintendencia de Industria y Comercio, por ejemplo, han estructurado estrategias que permiten al ciudadano incoar, de manera sencilla, acciones cuando lo estime necesario en pro de sus derechos como consumidor. De igual manera, descentralizan sus labores recepcionando en las diversas regiones distintas quejas y reclamos por temas de consumo; sin embargo, el desconocimiento aún es latente en la población, ya que todavía desconoce el consumidor promedio sus

derechos más elementales y por ende su salvaguarda todavía es burlada por la relación desigual que subsiste entre este último y el productor y/o distribuidor.

Debe recordarse que todos somos consumidores, pero no todos contamos con los mismos niveles de formación ni con los recursos académicos que nos den el mismo nivel de entendimiento frente a lo que se nos entrega como tal, por tal motivo, el tema debe pasar desde su concepción misma, en las aulas, del campo meramente comercial y ubicarlo donde está su génesis, en latitudes supralegales, es decir, debe ser analizado como ya se expresó, como un nuevo reto del constitucionalismo.

Aunque pueda parecer una teoría llena de ligereza por parte del autor, esta idea ha ido ganando espacio en escenarios académicos, como quiera que el doctor Juan Carlos Henao, rector de la Universidad Externado de Colombia, afirmó:

“[...] me atrevo a decir que los derechos del consumidor hoy por hoy son quizás los derechos más importantes en los países desarrollados aun cuando en nuestro medio seguimos muy atados al concepto de derechos humanos” (Foro La protección del consumidor colombiano frente a la publicidad engañosa, noviembre de 2012).

Intervención que, por supuesto, no debe ser descontextualizada y debe ser entendida desde la realidad nacional, en la que en razón del fenómeno de la violencia, los derechos humanos siguen por fortuna siendo de estudio, análisis y protección prioritaria.

Una vez expuesta su importancia real y teniendo en cuenta que hasta en los puntos más inhóspitos de la geografía nacional habitan consumidores vulnerados, donde muy comúnmente son engañados, por ejemplo: por un mensaje, afectación de las más comunes al derecho del consumidor, práctica que será objeto de estudio en un texto subsiguiente, pero a la que se hace referencia, porque en muchas regiones, el Estado no hace presencia permanente mientras la publicidad en cambio, es omnipresente. En el mejor de los casos, el Estado a través de visitas programadas pretende cobijar la problemática, quedándose entonces cortos los esfuerzos aunque plausibles, que desde las entidades centralizadas se hacen para proteger los derechos del consumidor.

En efecto, de la calidad y suficiencia de la información que le es brindada al consumidor, depende en gran forma su preferencia por un producto y su posterior adquisición, en ese

sentido y habida cuenta de la realidad estatal ya expuesta, es necesario que se estudien para el caso, desde las instancias locales, las condiciones de educación y formación promedio de sus ciudadanos para que, de este modo, pueda definirse cómo están preparados para asumir el mensaje publicitario y, con ello, poder definir estrategias que los preparen a fin de dar una correcta interpretación a su intención propagandística.

Teniendo en cuenta el pluralismo cultural presente en nuestro país, debe entenderse que el concepto de información de calidad puede variar entre habitantes de sus distintas zonas, siendo por esto importante el estudio de dichas particularidades antes de abordar de manera superficial la aplicación del derecho de consumo en entes territoriales.

De igual forma, es necesario fortalecer los espacios dentro de los entes territoriales en cuanto a la recepción de quejas y solicitudes de consumidores locales y se tiendan puentes entre la región y la entidad central que corresponda, no solo haciendo traslados de reclamos, sino efectuando seguimiento a los mismos, dándole una verdadera eficacia y significado al derecho de consumo en distintas zonas del país de acuerdo con las costumbres y necesidades propias de sus gentes.

El derecho del consumo, desde la región, debe tener un desarrollo más dinámico y eficaz que involucre de manera activa a cada ciudadano, en primera medida, capacitándoles sobre el tema y haciéndole saber, que existen también instancias en su municipio o ciudad a las que se puede acudir cuando sienta trasgredidos sus derechos como consumidor.

## CONCLUSIONES

Desde los espacios educativos, los derechos del consumidor deben ser promovidos con un enfoque constitucionalista, no solo incentivando el accionar de las herramientas que desde el sector central se ofrecen, sino creando nuevas en las cuales las regiones encabezan un desarrollo más efectivo de estos conceptos. De igual forma, su protección debe tomar un cariz humanista que, desde la praxis, requiere de un profesional que no solo sepa para el caso ante quién debe reclamarse, sino que conozca y entienda el menoscabo real que ha sufrido el interesado en razón a su derecho vulnerado, y esté en capacidad de plantear soluciones que realmente le satisfagan como ciudadano.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Camacho, L. (2013). Modelos legislativos en materia de consumo en el derecho comparado. En Valderrama R. (Ed.), *Perspectivas del derecho del consumo* (pp. 38). Bogotá: Ed. Universidad Externado de Colombia.
- Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 78 Julio 7 de 1991 (Colombia).
- Correa, H. (2013). El estatuto del consumidor; aspectos generales sobre la naturaleza, ámbitos de aplicación. En Valderrama R. (Ed.), *Perspectivas del derecho del consumo*. Bogotá: Ed. Universidad Externado de Colombia.
- Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-749 de 2009 (M.P. Luis Ernesto Vargas Silva: Octubre 21 de 2009).
- Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-830 de 2010 (M.P. Luis Ernesto Vargas Silva: Octubre 20 de 2010).
- Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-313 de 2013 (M.P. Gabriel Eduardo Mendoza Martelo: mayo 23 de 2013).
- Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-133 de 2014 (M.P. Alberto Rojas: Marzo 11 de 2014).
- Decreto 3466 de 1982 [Presidente de la Republica de Colombia]. Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación publica de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones. Diciembre 2 de 1982.
- Henoa, J. (Noviembre de 2012). La protección del consumidor colombiano frente a la publicidad engañosa. Foro llevado a cabo en la Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Colombia.
- Ley 1480 de 2011. Por la cual se expide el estatuto del consumidor y se dictan otras disposiciones. Octubre 12 de 2011. DO. N°48220.