

EL DERECHO DE LOS CONSUMIDORES A UNA INFORMACIÓN ADECUADA
DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CONFORMIDAD CON LA LEY 1480 DE
2011

ESTUDIANTE

JAIRO ANTONIO MONTES PELÁEZ

POLITECNICO GRANCOLOMBIANO

FACULTAD DE DERECHO

EL DERECHO DE LOS CONSUMIDORES A UNA INFORMACIÓN ADECUADA
DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CONFORMIDAD CON LA LEY 1480 DE
2011

ESTUDIANTE

JAIRO ANTONIO MONTES PELAEZ

POLITECNICO GRANCOLOMBIANO

FACULTAD DE DERECHO

Contenido

RESUMEN.....	4
ABSTRACT	5
INTRODUCCIÓN.....	6
CAPITULO I.....	14
DESARROLLO NORMATIVO Y JURISPRUDENCIAL CONTENIDO EN LA LEY 1480 DE 2011 QUE PERMITE HACER EFECTIVO EL DERECHO A UNA INFORMACIÓN ADECUADA PARA LOS CONSUMIDORES	14
1.1. Bases Teóricas de la Protección a los Derechos del Consumidor. ¡Error! Marcador no definido.	
1.2. Elementos Normativos del Derecho a la Información de los Consumidores	14
1.3. Fundamentos Jurisprudenciales del Derecho a la Información	31
CAPITULO II	44
APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS CONTENIDAS EN LA LEY 1480 DE 2011 PARA HACER EFECTIVO EL DERECHO A UNA INFORMACIÓN ADECUADA PARA LOS CONSUMIDORES.....	44
CONCLUSIONES.....	54
REFERENCIAS	56

RESUMEN

El consumidor de bienes y servicios es un sujeto clave en el desarrollo económico y comercial de cualquier sociedad. Lo es en igual medida en la sociedad colombiana organizada bajo la figura del Estado Social de Derecho, según cual, la libre iniciativa privada es un derecho y un principio, pero limitadas al interés general, a determinadas funciones sociales y a la protección de los consumidores. En este sentido, se tiene que en el Estado Colombiano se respeta la libre empresa, el libre tráfico mercantil, pero el Estado interviene activamente en la economía a través del desarrollo de políticas administrativas, y legislativas en procura del equilibrio económico entre los diversos sectores de la sociedad. El derecho del consumidor a obtener información fidedigna desde su posición en el mercado y frente a grandes capitales productores, toma una condición de derecho fundamental. La actualidad legislativa referente a la protección de los consumidores es la Ley 1480 de 2011, por la cual se expide el nuevo Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones tendientes al mismo fin. Así, se encuentran en sus títulos temas como responsabilidad por daños por producto defectuoso, protección contractual, normas respecto a información, publicidad, entre otros. El título V de la Ley 1480 de 2011 contiene el compendio normativo que desarrolla el derecho a la información de los consumidores, respecto de los bienes y servicios que desean adquirir, puede observarse en un estudio de las disposiciones que el legislador no sólo otorgó una regulación general, sino que en muchos de sus aspectos se refiere a asuntos especiales para servicios o productos específicos.

ABSTRACT

Consumer goods and services is a key subject in the economic and commercial development of any society. Is it in equal measure in the Colombian society organized under the figure of the Social State of law, according to which, free private initiative is a right and a principle, but limited to the general interest, certain social functions and the protection of consumers. In this sense, is that the Colombian State respects the free enterprise, free trade traffic, but the State actively intervenes in the economy through the development of administrative and legislative policies in pursuit of economic balance between the various sectors of society. The right of the consumer to obtain reliable information from its position in the market and in front of large producing capital, takes a condition of fundamental right. The legislative news concerning the protection of consumers is the law 1480 of 2011. Consumer goods and services is a key subject in the economic and commercial development of any society. Is it in equal measure in the Colombian society organized under the figure of the Social State of law, according to which, free private initiative is a right and a principle, but limited to the general interest, certain social functions and the protection of consumers. In this sense, is that the Colombian State respects the free enterprise, free trade traffic, but the State actively intervenes in the economy through the development of administrative and legislative policies in pursuit of economic balance between the various sectors of society. The right of the consumer to obtain reliable information from its position in the market and in front of large producing capital takes a condition of fundamental right. The legislative news concerning the protection of consumers is the 1480 Act of 2011, which will be issued the new consumer status and enacting other provisions aimed at the same goal. Thus, subjects are in their titles as liability for damages for defective product, contractual protection, information, advertising, among other regulations. Title V of the law 1480 of 2011 contains the compendium of rules that develops the right to information of the consumers of goods and services who wish to acquire, can be observed in a study of the provisions that the legislature not only gave a general regulation, but in many respects refers to special specific contracts or service issues.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como uno de los objetivos, determinar si en realidad se produjo un avance legislativo frente al tema del derecho de los consumidores a recibir una información adecuada. Entre los derechos de los consumidores resalta el derecho al acceso a la información adecuada, completa, veraz, transparente, oportuna, verificable y comprensible que permita al consumidor expresar su voluntad de adquirir el producto o servicio. El derecho a la información es relevante debido a que el consumidor, si bien tiene el deber de solicitar la información suficiente en la etapa precontractual, es el proveedor quien conoce los pormenores de los bienes o servicios que oferta y además ostenta la información y referencias comerciales de sí mismo.

El alcance del derecho a la información impone límites a éste y al proveedor, pues es claro que el productor también puede ejercer el derecho de reserva frente a secretos comerciales que incidan en la confidencialidad de la empresa. Debe resaltarse en este punto que la falta de acceso del consumidor a la información necesaria para ejercer su consentimiento en la etapa precontractual, puede generar sanciones al negocio jurídico y sanciones al comerciante que oculta o distorsiona la información del bien o servicio ofrecido.

Son los consumidores y no el Estado, quienes como soberanos, deciden a través de sus adquisiciones qué empresas deben permanecer en el mercado y qué empresas deben salir de él. El consumidor, como dijimos, es quien conoce sus preferencias, además de conocer mejor que nadie el presupuesto con que cuenta; ante esta situación mal haría el Estado en decidir por él, por considerarlo como no capaz de elegir adecuadamente sus bienes de consumo, y es que detrás de ello está el “controlar” que las empresas no puedan hacer presa fácil a los consumidores. Como lo hemos mencionado, el querer controlar resulta ser un grave error pues dicha intervención estatal produce perjuicios mayores a los consumidores que aquellos que se quisieran evitar. Por ello el acceso del consu-

midor a la información resulta ser más importante que cualquier tipo de control estatal.

La mejor manera de beneficiar al consumidor es lograr un cliente informado (siendo incluso la experiencia una de las maneras más usuales de adquirir información), pero a su vez racional y responsable en sus relaciones contractuales, para que de esta manera tome una adecuada decisión de consumo; para que consiga con ello el máximo de utilidades o beneficios posibles en sus relaciones de intercambio.

Por otra parte, debido a que el Consumidor entra como sujeto activo del mercado a través del negocio jurídico para la disposición de sus intereses y la adquisición de los bienes y servicios que demande, nace el sistema de *responsabilidad civil contractual* en la transferencia de bienes defectuosos. Así, el consumidor adquirente tiene el derecho a resolver el contrato obligando al transferente al pago del valor que tiene el producto al momento de la resolución (*acción redhibitoria*); o, en todo caso, el adquirente puede optar por exigir la reducción en el precio del producto defectuoso (*acción quantiminoris*). (Díaz. 2015).

El desarrollo del presente trabajo investigativo consta de dos capítulos en los cuales se analizan los antecedentes y soportes normativos y jurisprudenciales del derecho a la información de los consumidores; y la aplicación de la Ley 1480 de 2011 sobre este respecto a través de providencias y actos administrativos en donde sus disposiciones son el fundamento, resaltando que los fines del nuevo estatuto del consumidor es siempre la protección de tal sujeto económico incluso frente al interés económico del productor.

La presente es una investigación básica, con aplicación del paradigma cualitativo, enmarcada en un nivel de profundidad descriptivo, pues se analizó, interpretó y comprendió el impacto de la Ley 1480 de 2011 en el ordenamiento jurídico

colombiano y las nuevas estrategias para hacer efectivo el derecho a la información del consumidor con respecto a normas anteriores.

El método aplicado en el desarrollo de esta investigación pues la variable planteada se refirió a instituciones jurídicas de derecho del consumidor y derecho comercial desarrolladas por autoridades públicas en sus conceptos jurídicos, por el legislador en su normatividad, por las altas Cortes en su Jurisprudencia, en un análisis comparativo con la Ley 1480 de 2011, lo cual exigió la utilización del análisis propio de la hermenéutica jurídica que se hace en torno a las fuentes formales del derecho en esta materia

Marco Teórico

En la investigación llevada a cabo concurren multiplicidad de teorías y escuelas que explican las bases del sistema económico constitucional del Estado colombiano, la relación del Estado y la economía, la relación del derecho y la economía y los fines del Estado y los modelos económicos, ello, pues es pertinente en principio resaltar la base y los antecedentes teóricos de los modelos económicos que permiten al Estado intervenir activamente en la economía y en el mercado para brindar protección a los actores más débiles del mismo como lo son precisamente los consumidores. Entre ellas, están: a) clásica, b) la escuela neoclásica, d) la teoría Keynesiana y e) la teoría estructuralista.

“La escuela clásica desarrolla su propia teoría del valor, la cual argumenta que el valor de todas las mercancías está dado por la cantidad trabajo empleado en la producción de las mismas, “teoría valor trabajo”. A través de esta teoría se pretende explicar la dinámica de los precios en una economía, en la cual los precios de mercado a largo plazo tienden a los precios naturales por el proceso de atracción gravitatoria del mercado o en términos de Smith debido a la mano invisible. Esta teoría busca además el establecimiento de ganancia, salario y renta natural como fundamento de los precios naturales de las mercancías”. (FENADECO.ORG)

En la teoría liberal de la economía de mercado el consumidor es el gran privilegiado por el sistema económico: la libre competencia entre las empresas debería desembocar en la multiplicación de los bienes ofrecidos en el mercado, el aumento en su calidad y la disminución en su precio; así, el consumidor podría elegir entre más bienes, de mejor calidad y a menor precio. De ahí que no se considera preciso inicialmente protegerle más allá de ciertas reglas muy concretas, destinadas a reprimir algunas prácticas ilícitas, conocidas desde antiguo. Sin embargo, la realidad ha demostrado seguir otro camino: la expansión industrial coincide con un aumento muy importante de la fuerza de las empresas, que imponen a sus clientes las condiciones previamente fijadas en forma unilateral por ellas; con la sofisticación de los productos, con el desarrollo del crédito y con la influencia cada vez más poderosa de la publicidad. Todo ello acaba instaurado un desequilibrio real entre los consumidores y los profesionales en beneficio de estos últimos. De esta forma, concibe esta teoría el tema del consumidor.

Los economistas neoclásicos surgieron en la segunda mitad del siglo XIX y se les llama también teóricos de la “utilidad marginal”. Derivaron sus concepciones teóricas del enunciado de utilidad expresado por los clásicos, llegando a elaborar una teoría subjetiva del valor que es la base de dicha corriente. (FENADECO.ORG)

El abuso de la libertad económica sin regulación estatal generó una brecha más amplia entre los sectores dirigentes y los menos favorecidos o débiles en el devenir económico, tales como los consumidores. Debido a ello, se planteó el intervencionismo de Estado mediante teorías como la Keynesiana que indica:

Para la teoría keynesiana, “el empleo total depende de la demanda total y el paro es el resultado de una falta de demanda total. La demanda efectiva se manifiesta en el gasto de la renta, si aumenta la renta de una comunidad también aumentará su consumo, pero éste menos que aquella. Por lo tanto,

para que haya una demanda suficiente para mantener el nivel de empleo, se debe verificar un nivel de inversión equivalente a la diferencia entre la renta y el consumo.

Por ello podemos decir que la inflexibilidad de salarios no es el único factor que desencadena el desempleo, aun cuando exista competencia perfecta en los mercados y todos los precios milagrosamente se ajustaran instantáneamente, las decisiones de los inversores influirán sobre la demanda efectiva y por último en el nivel de empleo.

Por otro lado, no sólo el desempleo, también la inflación depende del volumen de demanda efectiva; cuando la demanda es deficiente se produce el desempleo y cuando la demanda es excesiva se produce la inflación. Keynes acepta la conclusión tradicional de que los aumentos de la cantidad de dinero llevarán a aumentos en el nivel de precios, pero difiere en el proceso causal. El impacto inicial del aumento en la cantidad de dinero disminuye los tipos de interés, lo que aumenta la demanda efectiva por inversión, asociada a un aumento de la renta, del empleo y de la producción. Es a causa del incremento en el costo de la mano de obra que los precios también comienzan a subir.

El interés como premio por no atesorar dinero: En la teoría keynesiana, el dinero desempeña las funciones de ser unidad de cambio, medida de cuenta y reserva de valor. Considerando esta última función, los que poseen más renta de la que consumen tienen como alternativas atesorar dinero, prestarlo a una determinada tasa de interés o invertir en una actividad que brinde cierto beneficio. Si las personas deciden acumular riqueza en forma estéril, debe haber un por qué al tomar esta decisión. Para Keynes cada individuo posee una preferencia por la liquidez que combinada con la cantidad de dinero determina la tasa real de interés en un momento dado". (Zona Económica)

El intervencionismo de Estado orientó modelos constitucionales como el colombiano, con figuras de organización social, política y económica, tales como el Estado Social de Derecho, en el cual, si bien se respeta la libre empresa y la iniciativa privada, el Estado interviene en la economía para procurar el acceso de los bienes y servicios mínimos para la efectividad del valor de la dignidad humana en los sectores menos favorecidos. Por otra parte, también surgieron teorías que tendían a dar explicación a los sistemas económicos de América Latina por considerarse países en vía de desarrollo y pleno fortalecimiento en el mercado internacional. En este sentido, surge la teoría estructuralista así:

“Los estructuralistas se interesan por el sistema económico en su conjunto, explicando la falta de desarrollo de la región (América Latina) por problemas estructurales y proponiendo ciertas reformas para cambiar la situación de los países de América latina”. (Zona Económica).

Una vez determinadas las teorías que respaldan la intervención estatal en materia económica para la protección de los consumidores, se pasan a referencias las teorías propias de la protección jurídica del consumidor, así, se tienen la Teoría de la Responsabilidad y Soberanía del Consumidor que refiere que actualmente el consumidor ya no es un agente pasivo sino el propio protagonista en el mercado. La realidad permite vislumbrar que el Estado no puede decidir qué es mejor para los consumidores, es el propio consumidor el que debe decidir al adquirir los bienes y productos qué es lo que mejor satisface sus necesidades. A este hecho se le conoce como la soberanía del consumidor.

La mejor manera de beneficiar al consumidor es lograr un consumidor informado (siendo incluso la experiencia una de las maneras más usuales de adquirir información), pero a su vez racional y responsable en sus relaciones contractuales, para que de esta manera tome una adecuada decisión de consumo;

para que consiga con ello el máximo de utilidades o beneficios posibles en sus relaciones de intercambio.

Finalmente, la teoría del derecho al consumidor concibe a esta normatividad como una interdisciplinariedad, pues integran ese tipo de Derecho de los Consumidores normas de Derecho Civil, mercantil, administrativo, penal o procesal; y dentro de sus respectivos ámbitos cabe distinguir además entre las normas de protección directa de los consumidores (legislación especial, dirigida expresamente a dicha finalidad, y que se agota en ella: por ejemplo, la Ley 1480 de 2011); y las normas de protección indirecta (las contenidas en la legislación común, que tienen un efecto de defensa del consumidor, pero no buscado necesariamente en cuanto a tal, y que no agota el campo de actuación de la norma).

Marco Jurídico

Constitución Política de Colombia, artículos 1, 2, 13, 333, 334 y demás concordantes.

Ley 1480 de 2011, por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Ésta Ley también es conocida como el nuevo estatuto del consumidor y contiene la regulación para la protección de éste sujeto del mercado, incluyendo un articulado respecto al derecho a obtener información completa y fidedigna.

Decreto 3466 de 1982. Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones. Era conocido como el Estatuto del Consumidor y fue derogado por la Ley 1480 de 2011, pero su contenido normativo es importante para este proyecto de investigación debido a los antecedentes normativos respecto al derecho a la información del consumidor.

Concepto SIC 05063562 de 2006, por medio del cual se resuelve una consulta sobre los términos en que debe otorgarse la garantía de buen funcionamiento de los montacargas.

Concepto SIC 03002379 de 2003, en el cual se indica que La superintendencia de Industria y Comercio, en ejercicio de facultades jurisdiccionales sólo podrá ordenar la efectividad de una garantía previa solicitud del interesado; sin embargo puede de oficio ordenar el cese y la difusión correctiva, cuando un mensaje publicitario contenga información engañosa o que no se adecue a las exigencias previstas en las normas de protección al consumidor y emitir las órdenes necesarias para que se suspenda en forma inmediata y de manera preventiva la producción, la comercialización de bienes y/o servicios cuando se tengan indicios graves de que estos atentan contra la vida o la seguridad de los consumidores.

Concepto SIC 03057550 de 2003, por medio del cual se resuelve una consulta relacionada con el reconocimiento en Colombia de la norma ISO 9000.

Sentencia C-583 de 2015.

CAPITULO I

DESARROLLO NORMATIVO Y JURISPRUDENCIAL CONTENIDO EN LA LEY 1480 DE 2011 QUE PERMITE HACER EFECTIVO EL DERECHO A UNA INFORMACIÓN ADECUADA DE BIENES Y SERVICIOS PARA LOS CONSUMIDORES

El objetivo del presente capítulo es estudiar el desarrollo normativo y jurisprudencial contenido en la Ley 1480 de 2011 que permite hacer efectivo el derecho a una información adecuada de bienes y servicios para los consumidores, para lo cual se iniciará con los antecedentes legales que coadyuvaron en la formación de este derecho de los consumidores.

1.1. Elementos Normativos del Derecho a la Información sobre bienes y servicios para los Consumidores

El principal antecedente de protección al consumidor se materializa en el Decreto 3466 de 1982, en el cual se dictaban normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, entre otras disposiciones, erigiéndose como el anterior Estatuto del Consumidor. Dicha norma contenía en su articulado disposiciones sobre propaganda comercial, propaganda especial, obligación de fijar precios máximos al público, elementos básicos para estructurar el derecho a la información de los consumidores.

Al respecto, el artículo 16 del citado Decreto indica:

“ARTICULO 16o. Propaganda comercial con incentivos:

Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 77 del Código de Comercio, los productores serán responsables ante los consumidores, en los términos de los artículos 31o. y 32 de este decreto, por la propaganda comercial que se haga por el sistema de incentivos al consumidor, tales como el ofrecimiento de rifas, sorteos, cupones, vales, fotos, figuras, afiches, imágenes o cualquier otro tipo de representación de personas, animales o cosas y el ofrecimiento de dinero o de cualquier retribución en especie, en los siguientes casos:

a) Cuando dicha propaganda no corresponda a la realidad, lo cual se entiende por el hecho de que no se satisfagan los incentivos al consumidor en la oportunidad indicada para ello o, a falta de indicación precisa de la oportunidad para su satisfacción, dentro del plazo en el cual se utilice este tipo de propaganda comercial y

b) Cuando con la propaganda de que trata el presente artículo, se induzca o pueda inducirse a error al consumidor respecto del precio, calidad o idoneidad del bien o servicio respectivo, lo cual se entenderá por el hecho de que, simultáneamente con el ofrecimiento de los incentivos y hasta seis (6) meses después del retiro del ofrecimiento de éstos, se aumente el precio del bien o servicio, así como por el hecho de que por el incentivo o a la par con éste, se afecte desfavorablemente la calidad o la idoneidad del bien o servicio.

Para efectos de lo dispuesto en este artículo, en la propaganda se indicará la fecha exacta hasta la cual será válido el ofrecimiento de los incentivos". (Decreto 3466 de 1982).

Este compendio de normas nace con anterioridad a la Constitución Política de 1991, la cual trajo un tipo de Estado interventor y garante de los intereses de las clases menos favorecidas y de los sectores débiles en la economía. Hay que

recordar que antes de la Constitución de 1991, la nación se organizaba dentro de un estado liberal y de derecho en el cual la intervención del ente estatal debía limitarse a funciones de policía, por lo cual, se presume que la función legislativa estaba limitada cuando se pretendía crear estrategias de intervención a favor de los sectores débiles en el mercado.

La Constitución de 1991 trae consigo la posibilidad de una intervención activa en la economía en procura de lograr el equilibrio de las relaciones entre los sujetos actuantes en ella, por lo cual, cualquier cambio legislativo debe ser más profundo y efectivo.

Entre las herramientas de protección al consumidor contenidas en el Decreto 3466 de 1982 se pueden encontrar: Sanciones administrativas relacionadas con la responsabilidad de los productores en razón de las marcas, las leyendas y la propaganda, caso de incumplimiento de las normas sobre fijación pública de precios, la regulación de un procedimiento para imponer las sanciones por incumplimiento de las normas sobre fijación pública de precios, regulación sobre daños y perjuicios a favor del consumidor, entre otras que se hacían necesarias.

El derecho del consumidor a obtener información fidedigna desde su posición en el mercado y frente a grandes capitales productores, toma una condición de derecho fundamental. Por otra parte, también es menester señalar que la Constitución Política establece en el parágrafo 3 del artículo 333 que: “El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.” La citada disposición constitucional contempla los casos de abuso de posición dominante que se pueden generar entre consumidor y empresa, pero también entre grandes comercios en su competencia con pequeñas empresas, procurando la lucha contra conductas de competencia desleal que afectan tanto el patrimonio de los

micro y pequeños empresarios, como la decisión libre del consumidor de elegir su producto según sus necesidades.

El derecho a la información del consumidor ha sido definido por la doctrina así:

“Debe exigirse información especial en torno a productos o servicios peligrosos para la salud e integridad del consumidor. De igual manera, cabe ejercitar este derecho exigiendo los presupuestos pertinentes en la contratación de servicios, es decir el detalle del trabajo a realizar o el servicio da prestar, sus modalidades en cuanto al tiempo, materiales a utilizar, garantía y costos. La información comprende múltiples aspectos: la composición del producto, en particular los de consumo, la fecha de fabricación y de vencimiento, el empleo a dar al producto y en lo que atañe a los créditos dinerarios, la información sobre el total de la deuda, con los intereses, recargos y multas, etc. El derecho a la información se encuentra estrechamente ligado a la publicidad, aunque sus objetivos sean diferentes: la información es un servicio debido al cliente, un deber que es necesario cumplir; la publicidad, en cambio, apunta a la captación del cliente. La publicidad se encarga de alimentar el espíritu consumista, de manera que los anunciantes se encuentren en condiciones de decirnos qué alimentos comer, qué bebidas tomar, qué automóviles conducir”. (LAMBOIS. 2009)

El anterior fragmento doctrinal es claro en indicar que el derecho a la información correcta al consumidor se vincula con el concepto de publicidad, con el objeto de prevenir conductas como publicidad engañosa que se consideran como competencia desleal. La publicidad engañosa se define así: Se considera engañosa toda información contenida en la propaganda comercial, marca o leyenda, incluida la presentación del producto, que de cualquier manera induzca a error o pueda inducir a error a los consumidores o personas a las que se dirige y que puede afectar su comportamiento económico.

<http://www.sic.gov.co/drupal/informacion-enganos>

El uso de publicidad engañosa atenta contra el derecho a la información del consumidor respecto del bien o servicio que va a adquirir. Es en este punto donde adquiere relevancia la Ley 1480 de 2011, surgida con el fin de proteger al consumidor y garantizar sus derechos y mantener un equilibrio de cargas entre el comerciante y el consumidor pese a que el primero se encuentre en posición dominante.

“En un medio ideal, la publicidad debe ser legal, veraz, digna, clara, auténtica, socialmente adecuada y propicia competencia justa. Sin embargo, basta con un zapping a la televisión para percatarse de que también existe publicidad falsa, inexacta, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa y que pueda inducir al error: se llama publicidad engañosa, y como todo engaño, genera coraje, decepción y desconfianza. También hay publicidad que puede provocar engaño en un sentido más amplio. Quizá no mienta, no se ponga máscaras o no exagere, pero es publicidad abusiva”. (Revista del Consumidor.gov)

El consumidor de bienes y servicios es un sujeto clave en el desarrollo económico y comercial de cualquier sociedad. Lo es en igual medida en la sociedad colombiana organizada bajo la figura del Estado Social de Derecho, según cual, la libre iniciativa privada es un derecho y un principio, pero limitadas al interés general, a determinadas funciones sociales y a la protección de los consumidores. En este sentido, se tiene que en el Estado Colombiano se respeta la libre empresa, el libre tráfico mercantil, pero el Estado interviene activamente en la economía a través del desarrollo de políticas administrativas, y legislativas en procura del equilibrio económico entre los diversos sectores de la sociedad.

Lo anterior genera la obligación para el Estado de desarrollar un marco normativo que proteja a uno de los sectores determinantes de su economía: El consumidor. No obstante su citada importancia, el consumidor se encuentra en una posición de

inferioridad frente al oferente de servicios que en gran cantidad de casos, se trata de una entidad que ostenta un gran capital y organización con la que el consumidor del común no cuenta; esto se refleja incluso en la desigualdad en el manejo de la información pues el productor y/o empresario es quién conoce las características del bien o servicio ofrecido y por ende, es proclive a ocultarla o distorsionarla. Es el caso de entidades financieras con sus clientes, las cadenas de supermercados con sus compradores, las empresas de servicios públicos con sus usuarios, entre otros más que se pueden citar.

El derecho, en virtud de su valor constitucional de la justicia, y en procura de lograr la igualdad de las personas en sus relaciones, se debe configurar como medio de protección del cliente, usuario o comprador de bienes y servicios, y no erigirse como un mero instrumento de protección de derechos patrimoniales sin involucrarse en la igualdad económica como lo planteaba el antiguo liberalismo a través de la teoría de dejar hacer, dejar pasar. Por ello el derecho debe disponer normas que en efecto garanticen el acceso del consumidor a una información adecuada. Para ello, se debe legislar, innovar normativamente según las necesidades de los consumidores en el mercado y establecer herramientas idóneas para su protección efectiva.

El artículo 334 de la actual Constitución Política de Colombia establece que la dirección general de la economía debe estar a cargo del Estado, ello sin vulnerar la iniciativa privada de libre empresa. El Estado interviene en la economía por mandato de la ley en la distribución, utilización y consumo de los bienes y servicios públicos y privados para racionalizar la economía con el fin de conseguir el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y la preservación de un ambiente sano.

Lo anterior quiere decir que el Estado es sujeto activo en el tráfico mercantil, éste es director supremo de la vida económica y por tanto está obligado a crear

fórmulas de protección a los sujetos que se encuentran en condición de inferioridad en las relaciones económicas y comerciales.

La actualidad legislativa referente a la protección de los consumidores es la Ley 1480 de 2011, por la cual se expide el nuevo Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones tendientes al mismo fin. Así, se encuentran en sus títulos temas como responsabilidad por daños por producto defectuoso, protección contractual, normas respecto a información, publicidad, entre otros.

La ley 1480 nace así como marco jurídico para la protección de derecho a la información del consumidor y crea medidas para su efectividad, pues debe recordarse que:

“Las normas de protección al consumidor tienen como finalidad tutelar los derechos de los consumidores en el marco de las transacciones económicas que realizan con los proveedores que, en su mayoría, son empresas. La normativa denomina relaciones de consumo a estas transacciones, aunque su equiparación pueda no ser total.

El fundamento principal de estas normas se encuentra en la falla de mercado denominada asimetría informativa, que consiste en la situación de ventaja en la que se encuentran los proveedores respecto del conocimiento y la experiencia sobre los productos y servicios que ofrecen en el mercado, en comparación con los consumidores, quienes no cuentan con los mismos niveles de conocimiento y experiencia”. (Mejía. 2014)

Respecto al tema puntual del derecho de los consumidores al acceso a la información fidedigna, la Ley 1480 de 2011 en el numeral 1.3. del artículo 3 establece tal derecho así: “1.3. *Derecho a recibir información: Obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así*

como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos.”

En este sentido, la protección del consumidor empieza imponiendo el deber a los productores o comerciantes de brindar información clara, verídica y suficiente a quien se encuentra en la posición más débil en el mercado, pero también la norma indica como deber de consumidor: *“Informarse respecto de la calidad de los productos, así como de las instrucciones que suministre el productor o proveedor en relación con su adecuado uso o consumo, conservación e instalación”*, disposición que tiende a hacer justicia respecto a las cargas sociales en el mercado, pues no debe olvidarse el deber de diligencia del consumidor al momento de acceder al bien o servicio.

El derecho de los consumidores a recibir información confiable, completa y oportuna se desarrolla con más exactitud en el capítulo único del Título V de la Ley 1480 de 2011, que inicia mediante el artículo 23 que hace alusión a la información mínima y responsabilidad. Al respecto, reza la norma:

“Los proveedores y productores deberán suministrar a los consumidores información, clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que ofrezcan y, sin perjuicio de lo señalado para los productos defectuosos, serán responsables de todo daño que sea consecuencia de la inadecuada o insuficiente información. En todos los casos la información mínima debe estar en castellano. (Ley 1480 de 2011)”

Este derecho del consumidor puede entenderse de forma sistemática con el derecho fundamental a la información que fue regule mediante Ley Estatutaria No. 1266 de 2008, por la cual se dictan las disposiciones generales del hábeas data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en

especial la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones.

El estudio, compendio y análisis de las medidas desarrolladas por la Ley 1480 de 2011 es de gran importancia para la efectividad de los derechos del consumidor en las condiciones actuales del sistema económico en donde los principales retos de los Estados son la globalización de los mercados, la contratación por medios electrónicos, los negocios con entidades extranjeras y otros.

El título V de la Ley 1480 de 2011 contiene el compendio normativo que desarrolla el derecho a la información de los consumidores, respecto de los bienes y servicios que desean adquirir, puede observarse en un estudio de las disposiciones que el legislador no sólo otorgó una regulación general, sino que en muchos de sus aspectos se refiere a asuntos especiales para servicios o contratos específicos. Tal es el caso de los contratos de seguro, cuando en el párrafo único del artículo 23 se resalta: Cuando en los contratos de seguros la compañía aseguradora modifique el valor asegurado contractualmente, de manera unilateral, tendrá que notificar al asegurado y proceder al reajuste de la prima, dentro de los treinta (30) días siguientes.

Es claro en este punto que el legislador se ocupó de generar una medida de protección al consumidor de servicios de aseguramiento debido a la condición de posición dominante que aquellas entidades ejercen en el mercado frente a sus clientes, lo que las lleva a su vez a la celebración de contratos de adhesión caracterizados por contener cláusulas preestablecidas que no pueden ser negociadas. La disposición señalada involucra el derecho que tiene el asegurado de ser informado respecto al cambio del valor asegurado y aumento de prima, para que aquel pueda ejercer de forma libre su autonomía de voluntad y determinar si continúa o no con la ejecución del contrato.

La norma resaltada además de brindar este derecho al consumidor de este especial servicio financiero, debe integrarse con la normatividad que regula el contrato de seguro, debiéndose realizar una aplicación sistemática de la Ley que integre las disposiciones del Código de Comercio.

Por otra parte, también se encuentra que las disposiciones de la Ley 1480 se dirigen a procurar la protección del consumidor frente a productos que pueden resultar nocivos, evitando así perjuicios y controlando la circulación de los mismos. Al respecto el artículo 25 de la citada Ley señala:

“ARTÍCULO 25. CONDICIONES ESPECIALES. Sin perjuicio de lo dispuesto en normas especiales y en reglamentos técnicos o medidas sanitarias, tratándose de productos que, por su naturaleza o componentes, sean nocivos para la salud, deberá indicarse claramente y en caracteres perfectamente legibles, bien sea en sus etiquetas, envases o empaques o en un anexo que se incluya dentro de estos, su nocividad y las condiciones o indicaciones necesarias para su correcta utilización, así como las contraindicaciones del caso.

La referencia normativa citada permite inferir que el legislador se ocupó del control de los productos puestos en circulación para la libre comercialización y consumo, exigiendo al productos, proveedor o comerciante brindar tal información al comprador, incluso si éstas circunstancias afectan la elección favorable de aquel. Tal situación se puede encontrar en productos alcohólicos y en los tabacos, los cuales, además de la obligación contenida en el citado artículo, cuentan con disposiciones especiales que exigen advertir de formas visibles al consumidor y al público en general sobre los efectos nocivos o de dependencia que conlleva su uso. Como ejemplo se cita el artículo 16 de la Ley 30 de 1986 que indica:

“ARTICULO 16. En todo recipiente de bebida alcohólica nacional o extranjera deberá imprimirse, en el extremo inferior de la etiqueta y

ocupando al menos una décima parte de ella, la leyenda: "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud".

En la etiqueta deberá indicarse además, la gradación alcohólica de la bebida".

Las exigencias legales citadas deben aplicarse de forma sistemática para hallar los fines del legislador, entre los cuales se encuentra la de garantizar que el consumidor sea informado de forma adecuado sobre los efectos negativos de un producto que pretende adquirir. De esta forma, queda en la libre voluntad del consumidor el acceso a tales productos que si bien no se encuentran prohibidos, pueden generar alteraciones o daño en la salud.

Los servicios, no obstante considerarse como inmateriales, también pueden contar con regulaciones especiales para su prestación y exigencias adicionales respecto al derecho a la información de sus consumidores. En este sentido, se cita como ejemplo el servicio turístico frente al cual se encuentra la siguiente regulación especial contenida en la Ley 300 de 1996 :

“ARTÍCULO 71. DE LAS INFRACCIONES. Los prestadores de servicios turísticos podrán ser objeto de sanción cuando incurran en cualquiera de las siguientes conductas: c) Ofrecer información engañosa o dar lugar a error en el público respecto de la modalidad del contrato, la naturaleza jurídica de los derechos surgidos del mismo y sus condiciones o sobre las características de los servicios turísticos ofrecidos y los derechos y obligaciones de los turistas”.

De igual forma, se encuentran disposiciones especiales respecto al derecho a la información de los consumidores de este servicio en el Decreto 2438 de 2010 así:

Artículo 1º: Las Agencias de Viajes en la prestación de sus servicios, deberán observar las siguientes reglas: 1. Extender a los usuarios un comprobante que especifique los servicios contratados. 2. Suministrar en forma completa la información sobre los servicios solicitados por los usuarios, indicando al viajero con precisión la hora estimada de llegada y de salida del destino y la duración de la estadía. 3. Informar al usuario la facultad del organizador del viaje de efectuar modificaciones al plan o servicio turístico contratado en eventos de fuerza mayor o caso fortuito, sin que se requiera aceptación del usuario. 4. Llevar un archivo con todos los soportes, eventualidades y circunstancias en las que se desarrolló el plan o servicio turístico. 5. Cuando las agencias requieran la intermediación de otros prestadores de servicios turísticos, deberán celebrar convenios escritos o contar con ofertas o cotizaciones escritas en los que conste o compruebe tal calidad y los servicios que dicha intermediación comprende, los derechos y obligaciones de las partes, las condiciones de su operación y su responsabilidad frente al viajero. 6. Informar y asesorar a los usuarios sobre las condiciones de sus reservas y en general, sobre sus obligaciones para la utilización de los servicios turísticos contratados. 7. Informar y asesorar a los usuarios en el momento de solicitar las reservas, sobre las medidas de salud preventivas conocidas, que deban observar para el desplazamiento. 8. Orientar al usuario en los eventos de extravío de documentos e informar que el cuidado de los efectos personales le corresponde exclusivamente al viajero, siempre y cuando su custodia no esté a cargo de los operadores turísticos o de las empresas de transporte. 9. Contratar o intermediar la prestación de servicios turísticos en Colombia sólo con empresas que cumplan sus obligaciones frente al Registro Nacional de Turismo. 10. Advertir al usuario sobre las restricciones a las que puede verse sometido el plan o servicio turístico o uno de sus componentes, como es el caso de las cargas máximas o personas permitidas en los atractivos o sitios turísticos, e informarle si es del caso, que el acceso a tales sitios puede verse impedido o limitado por regulaciones que afecten el cupo máximo de turistas. 11.

“Informar a los usuarios sobre los servicios de asistencia al viajero. 12. Velar por el cabal cumplimiento de los servicios contratados. Artículo 5º: La información que suministre el agente de viajes en la promoción y venta de cruceros, será la establecida y proporcionada por cada compañía naviera, para lo cual deberá indicarle al usuario adicionalmente, la página web en la cual puede consultar los términos y condiciones de realización del crucero.

ARTICULO 2º. Toda publicidad o información escrita sobre los planes o servicios turísticos ofrecidos por las Agencias de Viajes, deberá contener como mínimo lo siguiente: clase de alojamiento; categoría del establecimiento si se encontrare categorizado; tarifas; duración del plan turístico; medios de transporte; servicios complementarios; nombre y dirección del prestador y el correspondiente número de inscripción en el Registro Nacional de Turismo. Así mismo, deberá especificar claramente los servicios que no incluye. El material publicitario utilizado en la promoción de los servicios de las agencias de viajes deberá ser claro, evitando el uso de términos que por su ambigüedad, pudieran inducir en los usuarios expectativas sobre el servicio, superiores a las que realmente presta. 14 Parágrafo: Para todos los efectos, se adoptan las siguientes definiciones: Plan o paquete Turístico: Es la combinación previa de, por lo menos, dos o más servicios de carácter turístico, vendida u ofrecida como un solo producto y por un precio global. La facturación por separado de algunos de los servicios del plan o paquete turístico, no exime a la Agencia de Viajes del cumplimiento de las obligaciones del presente Decreto. Servicios complementarios: Servicios turísticos adicionales a los básicos de alojamiento y de transporte, que pueden o no estar incluidos en el plan turístico”.

Finalmente, debe resaltarse que la Ley 1480 de 2011 también se ocupó de garantizar el orden económico y evitar la especulación respecto al precio de los productos, así como la afectación patrimonial del consumidor debido al abuso de

la posición del productor o comerciante por la determinación del precio. En este sentido, el artículo 26 de la Ley en comento reza:

“ARTÍCULO 26. INFORMACIÓN PÚBLICA DE PRECIOS. El proveedor está obligado a informar al consumidor en pesos colombianos el precio de venta al público, incluidos todos los impuestos y costos adicionales de los productos. El precio debe informarse visualmente y el consumidor solo estará obligado a pagar el precio anunciado. Las diferentes formas que aseguren la información visual del precio y la posibilidad de que en algunos sectores se indique el precio en moneda diferente a pesos colombianos, serán determinadas por la Superintendencia de Industria y Comercio.

Los costos adicionales al precio, generados por estudio de crédito, seguros, transporte o cualquier otra erogación a cargo del consumidor, deberá ser informada adecuadamente, especificando el motivo y el valor de los mismos. En el evento de que aparezcan dos (2) o más precios, que existan tachaduras o enmendaduras, el consumidor sólo estará obligado al pago del precio más bajo de los que aparezcan indicados, sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar de conformidad con la presente ley.

Cuando el producto esté sujeto a control directo de precios por parte del Gobierno Nacional, el fijado por este será el precio máximo al consumidor y deberá ser informado por el productor en el cuerpo mismo del producto, sin perjuicio del menor valor que el proveedor pueda establecer.

PARÁGRAFO 1o. Los organismos o autoridades encargados de establecer o fijar precios de bienes o servicios ordenarán la publicación de las disposiciones respectivas en el Diario Oficial y al menos en dos (2) diarios de amplia circulación nacional. Los proveedores y productores tendrán dos (2) días a partir de la publicación en el Diario Oficial, para adecuar todos sus precios a lo ordenado por la autoridad.

PARÁGRAFO 2o. La Superintendencia de Industria y Comercio determinará las condiciones mínimas bajo las cuales operará la información pública de precios de los productos que se ofrezcan a través de cualquier medio electrónico, dependiendo de la naturaleza de este”.

El legislador deja claro que es uno de los derechos fundamentales del consumidor, tener conocimiento de los precios de los servicios o productos que va a adquirir, con el fin de evitar especulaciones al respecto. Así mismo, deja claro que los precios no se sujetan al mero albedrío de su productor o consumidor, sino que obedece a reglas preestablecidas del mercado que indican lo que se conoce como el justo precio. En este sentido, resalta la norma que existen productos y servicios cuyas tarifas se encuentran preestablecidas, siendo improcedente para el comerciante la modificación de los mismos, so pena de hacerse acreedor a sanciones por parte de la superintendencia que lo vigile. Como ejemplo de ello se cita la Circular Número 03 de 2015, proferida por la Comisión Nacional de Precios de Medicamentos y Dispositivos Médicos, por la cual se compilan y unifican los valores regulados para propósitos de reconocimiento y pago por parte del FOSYGA.

La regulación de precios por parte del Estado es un concepto de raigambre constitucional que se encuentra en el régimen económico y de hacienda pública de la carta, según se extrae de los siguientes artículos:

“Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

Artículo 334. La dirección general de la economía estará a cargo del Estado. Este intervendrá, por mandato de la ley, en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía con el fin de conseguir el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y la preservación de un ambiente sano.

El Estado, de manera especial, intervendrá para dar pleno empleo a los recursos humanos y asegurar que todas las personas, en particular las de menores ingresos, tengan acceso efectivo a los bienes y servicios básicos. También para promover la productividad y la competitividad y el desarrollo armónico de las regiones”. (Constitución Política de Colombia. 1991).

Las normas constitucionales citadas se desarrollan a raíz de las disposiciones legislativas que tienden a la regulación del mercado con el fin de evitar circunstancias nocivas para la economía como lo son los monopolios, la especulación o el pánico económico. La regulación de los precios y la información de aquellos al consumidor, son medidas necesarias para mantener el orden

económico y evitar el abuso de la posición dominante de sectores poderosos en el mercado.

El nuevo Estatuto del Consumidor contiene normas que requieren ser resaltadas debido a su importancia y las innovaciones legislativas frente a la norma anterior. El Artículo 23 contiene una modificación en cuanto a las características que debe tener la información que se presente al público, pues ya no basta, como en el Estatuto anterior, que sea veraz y suficiente, sino que además debe ser clara, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea. Esta adición de adjetivos a la norma, se explica en aras de poder hacer más eficaces las medidas de control frente a la información y a la publicidad. (Cámara de Comercio Medellín. 2012).

En el mismo sentido, sí existe una innovación respecto al carácter vinculante de la publicidad, indicando que la información expuesta al público es vinculante para el anunciante con el fin de no ver defraudados los derechos del consumidor, disposición que resulta contrarias a lo señalado en el Artículo 847 del Código de Comercio. Éste punto tiene relación directa con la prohibición de la publicidad engañosa, el cual no era de tratamiento del estatuto del consumidor anterior, surgiendo una responsabilidad solidaria entre el anunciante y el medio de comunicación, siempre que se constate que dicho medio actuó con culpa grave o dolo. La responsabilidad mencionada se refiere a los daños causados en virtud de dicha publicidad. Al respecto, la Ley 1480 de 2011 refiere en su artículo 29 que las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad obligan al anunciante, en los términos de dicha publicidad. De igual forma, se tiene que el artículo 33 de la misma ley indica:

ARTÍCULO 33. PROMOCIONES Y OFERTAS. Los términos de las promociones y ofertas obligan a quien las realice y estarán sujetas a las normas incorporadas en la presente ley.

Las condiciones de tiempo, modo, lugar y cualquier otro requisito para acceder a la promoción y oferta, deberán ser informadas al consumidor en la publicidad.

Sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, de no indicarse la fecha de iniciación de la promoción u oferta, se entenderá que rige a partir del momento en que fue dada a conocer al público. La omisión de la fecha hasta la cual está vigente o de la condición de que es válida hasta agotar inventario determinado, hará que la promoción se entienda válida hasta que se dé a conocer la revocatoria de la misma, por los mismos medios e intensidad con que se haya dado a conocer originalmente.

1.2. Fundamentos Jurisprudenciales del Derecho a la Información

La Corte Constitucional es el tribunal encargado de dar alcance e interpretación a los derechos fundamentales de los asociados y de controlar la adecuación de las leyes que lo desarrollan a la Constitución. La protección a los consumidores se encuentra relacionada de forma directa con estos derechos de orden superior tales como el derecho a la igualdad, protegiendo a quienes se consideran débiles en las relaciones comerciales, la libertad en sus diversas expresiones como la libertad contractual y la libertad económica, la integridad física, la salud de los consumidores, el debido proceso en operaciones comerciales, entre otros.

El alcance de la protección de los derechos de los consumidores se ha hecho visible en la jurisprudencia de la Corte Constitucional, en donde se hecho prevalecer los derechos fundamentales de los consumidores. En este sentido, en la Sentencia T-333 de 2000, el alto tribunal manifiesta:

DECOMISO PREVENTIVO DE PRODUCTOS ELABORADOS CON
INSUMOS TOXICOS-Trascendencia pública así tenga repercusiones

económicas/DERECHO A LA SALUD DEL CONSUMIDOR-Utilización de sustancia química prohibida en fabricación de productos alimenticios.

El decomiso preventivo de productos elaborados con insumos tóxicos, su destrucción, la práctica de pruebas químicas, entre otros procedimientos sanitarios, son hechos que trascienden al público y no pueden permanecer en la clandestinidad, así ello tenga repercusiones económicas para los agentes involucrados. No puede pretender una firma que usa como insumo una sustancia tóxica prohibida, peligrosa para la salud humana, que el informe de la autoridad sanitaria no se conozca por el público, más aún si parte de la producción por este motivo fue decomisada. Si el nivel de ventas desciende y se reduce su participación en el mercado, ello obedece a la conducta ilegal e inmoral de la empresa. No puede exigir quien ha contaminado un producto alimenticio o utilizado en su fabricación una sustancia química prohibida, que sobre esto se mantenga el sigilo a fin de no perder clientes, como si el nivel de ventas debiera mantenerse o incrementarse a toda costa sin tener en cuenta la salud de los consumidores, y por fuera de toda consideración acerca de las estrategias lícitas o ilícitas empleadas para ello. El derecho a la ganancia es legítimo y se garantiza por el derecho; pero no es tan absoluto como para asegurarlo a quien se lucra envenenando a la población.

Se observa en el apartado jurisprudencial, que la Corte Constitucional hace efectivo el derecho a la salud de los consumidores que pueden ser expuestos a sustancias peligrosas, haciendo énfasis en el derecho que tiene el público de conocer los riesgos que acarrea la compra de tales productos.”

Es obligación del productor brindar la información precisa de los riesgos del producto o elemento que se pone en el comercio para que aquel, si de forma libre decide acceder a su consumo, tenga conocimiento de las consecuencias y

tratamientos que puede implementar en caso de afectación. Negar tal información al público, además de atentar contra la salud, es un acto engañoso que lesiona la libre elección del consumidor.

La Ley 1480 de 2011, tal como se expresó en el capítulo anterior, exige el tratamiento de una información clara, actual y completa a favor del consumidor, cuando los productos ofertados contienen sustancias que puedan afectar su integridad. Así mismo, se observó que existen en el mercado elementos de consumo que están sujetos además a regulaciones especiales respecto de la publicidad que deben observar por la lesividad de sus productos, tal como es el caso de las bebidas alcohólicas. Pues bien, en esta ocasión la Corte Constitucional también dirimió un asunto similar frente al productor Fedepanela y las órdenes impartidas para el suministro de la información adecuada al público consumidor. En este asunto la Corte indicó:

“1. El primer aspecto del fallo de instancia que debe ser examinado por la Sala se refiere a la orden que se imparte a Fedepanela, entidad demandada, para que rectifique la información suministrada a algunos expendedores de panela acerca de la calidad de la panela producida por la empresa que gestiona el actor. La rectificación se impone, según el Tribunal Superior del Distrito Judicial de Santa Fe de Bogotá, en razón de que los análisis practicados por el Instituto Municipal de Salud de Pereira - que fueron remitidos a los distribuidores por parte de Fedepanela - sólo se predicen de una fracción de la producción de la empresa Panela del Valle E.A.T. De otra parte, anota el Tribunal, muestras posteriores efectuadas por el Laboratorio Departamental de Salud del Valle del Cauca, a instancia del actor, demuestran que el defecto ha sido superado”. (Corte Constitucional. Sentencia T-333 del 2000).

El objeto del litigio planteado consiste en el cuestionamiento a la legitimidad del comportamiento asumido por la asociación de productores de panela, pues una

vez recibido un informe de autoridad sanitaria, sobre la presencia de una sustancia tóxica en el producto elaborado por la empresa Panela del Valle E.A.T., comunicó ese hecho a algunos comercializadores. Es menester señalar que el informe resaltó la presencia de sustancias prohibidas en el producto, hecho que motivó exponer al público tales circunstancias que si bien puede afectar el devenir comercial de la empresa, es favorable para los consumidores quienes ostentan el derecho de recibir información de los productos. Al respecto indicó la Corte:

“2. Los bienes y servicios ofrecidos a los consumidores, que son producidos mediante procedimientos más o menos complejos y en los que se emplean diversas materias primas y elementos, pueden generar riesgos de distinta índole a los consumidores y al ambiente. En unos casos existe conciencia sobre este punto y sobre los niveles de tolerancia o inocuidad. En cambio, en muchos casos los efectos negativos actuales o potenciales, singulares o combinados, se ocultan, se desconocen o se infravaloran por la comunidad científica y los empresarios. El conocimiento relativo a los productos y a los servicios ofrecidos, no solamente no es uniforme sino que es desigual entre las personas y los países, pese a que el riesgo creciente se difumina en toda la sociedad y puede manifestarse en forma catastrófica. La asimetría de poder resultante donde la persona y los colectivos, sobre los que se cierne en mayor medida el riesgo difuso procedente del mundo de la producción y se exponen inermes a los peligros más desconocidos o conocidos pero imbatibles, debe invertirse. La toma de decisiones sobre el proceso productivo, la investigación, la ciencia y la tecnología, tienen un contenido político indudable, puesto que afectan la vida de las personas y las condiciones ambientales. A partir de esta premisa, justamente con el fin de reducir la aludida disparidad, los miembros de la comunidad, tienen el derecho constitucional de acceder a la información detallada y relevante sobre la composición y efectos de los bienes y servicios que ingresan al mercado y, desde luego, en los distintos ámbitos participativos tienen también derecho a incidir también sobre los tipos de producción y consumo

que sean acordes con un desarrollo sostenible y con la protección de su salud y seguridad integral”. (Corte Constitucional. Sentencia T-333 del 2000)

La Corte constitucional resalta de nuevo el derecho al acceso a la información del consumidor respecto a la composición y efectos de los bienes y servicios que ingresan en el mercado, pero genera un alcance mayor, pues también refiere que el consumidor tiene derecho a conocer el proceso de elaboración del producto y la adecuación de aquel con conceptos como la protección al medio ambiente y el desarrollo sostenible. Así, el tráfico de bienes y servicios tendrá una autoregulación por parte de los consumidores que tendrán la facultad de elegir o descartar productos que no sean elaborados mediante métodos que no se adecuen a las condiciones ambientales o que atenten contra la naturaleza, obligando cada vez más al productor a regular su proceso de producción al conceptos de desarrollo sostenible y sustentable.

Además del derecho a la información del consumidor, en el asunto que se analiza se cuenta con una regulación especial que permite al Estado ejercer un control efectivo de la actividad económica y garantizar tal derecho. Así, la Ley 9 de 1979 y el Decreto 3076 de 1979, atribuyen al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), y a las Entidades Territoriales de Salud, facultades para regular el mercado y verificar las condiciones de los bienes y servicios puestos en circulación y posibles violaciones a las normas sanitarias, su incidencia sobre la salud individual o colectiva.

En virtud de lo anterior, el INVIMA cuenta con competencia para adoptar medidas sanitarias preventivas o para imponer sanciones a las personas y empresas que violen las disposiciones legales en esta materia, tales como decomiso, amonestación, multas, suspensión o cancelación del registro, congelación o suspensión temporal de la venta, destrucción de productos, cierre temporal o definitivo del establecimiento, entre otras. La actividad del INVIMA debe conjugarse de forma adecuada con el nuevo Estatuto del Consumidor, Ley 1480 de 2011, pues su fin no es otro que la protección de este importante actor de la

economía, vinculando ello además a otros bienes constitucionales como la salubridad pública, el orden económico, entre otros. Así las cosas, la Corte Constitucional concluye lo siguiente:

No cabe, pues, censurar, la actuación de la asociación demandada, que ha contribuido con su actuación a que la comunidad se entere de un riesgo actual sobre la salud de los consumidores, riesgo éste que por su gravedad fue objeto de debate democrático y sobre el que existe tanta conciencia que se ha expresado en la prohibición de usar el anhídrido sulfuroso como insumo en la producción de la panela. Los derechos de los consumidores, por esencia de carácter difuso, sólo pueden ejercitarse activamente si ellos disponen de información adecuada y oportuna. El hecho de que los datos provengan de la asociación que aglutina a los productores, no es lo usual, pero ello no demerita la información que se suministra sobre la base de la verdad. Por el contrario, no deja de ser reconfortante que este gremio propugne las mejores condiciones de producción y de calidad de un bien de consumo popular.

La Corte constitucional demostró de ésta forma, prevalencia de los derechos de los consumidores, más concretamente del derecho a la información de aquellos sobre los riesgos de los productos en el mercado, que a la posible afectación que la difusión de tal información puede generar para los productores.

La Corte Constitucional no solo se ha encargado de dar alcance al derecho a la información para los consumidores, sino que además ha hecho control de constitucionalidad al desarrollo legal de tal derecho. Al respecto, se tiene que mediante la Sentencia C-583 de 2015, se resolvió la demanda de inconstitucionalidad incoada por la ciudadana Laura Castilla Plazas en contra del artículo 24 de la Ley 1480 de 2011 “Por medio de la cual se dicta el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”. El texto de la norma demandada reza:

ARTÍCULO 24. CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN. La información mínima comprenderá:

1. Sin perjuicio de las reglamentaciones especiales, como mínimo el productor debe suministrar la siguiente información:

1.1. Las instrucciones para el correcto uso o consumo, conservación e instalación del producto o utilización del servicio;

1.2. Cantidad, peso o volumen, en el evento de ser aplicable; las unidades utilizadas deberán corresponder a las establecidas en el Sistema Internacional de Unidades o a las unidades acostumbradas de medida de conformidad con lo dispuesto en esta ley;

1.3. La fecha de vencimiento cuando ello fuere pertinente. Tratándose de productos perecederos, se indicará claramente y sin alteración de ninguna índole, la fecha de su expiración en sus etiquetas, envases o empaques, en forma acorde con su tamaño y presentación. El Gobierno reglamentará la materia.

1.4. Las especificaciones del bien o servicio. Cuando la autoridad competente exija especificaciones técnicas particulares, estas deberán contenerse en la información mínima.

2. Información que debe suministrar el proveedor:

2.1. La relativa a las garantías que asisten al consumidor o usuario;

2.2. El precio, atendiendo las disposiciones contenidas en esta ley.

En el caso de los sub-numerales 1.1., 1.2. y 1.3 de este artículo, el proveedor está obligado a verificar la existencia de los mismos al momento de poner en circulación los productos en el mercado.

PARÁGRAFO. El productor o el proveedor solo podrá exonerarse de responsabilidad cuando demuestre fuerza mayor, caso fortuito o que la información fue adulterada o suplantada sin que se hubiera podido evitar la adulteración o suplantación.”

Como se observa, la norma demandada no es otra que aquella que señala los elementos mínimos que debe contener la información otorgada al consumidor. Debe resaltarse en éste punto que el artículo demandado del Estatuto del Consumidor, consagra, como se dijo, elementos mínimos de forma general, pero no especiales, razón por la cual, es dable afirmar que para la protección íntegra del derecho a la información de los consumidores, es necesaria la remisión a normas especiales.

La demandante consideró que el artículo 24 la Ley 1480 de 2011 vulneraba de forma directa los artículos 16 , 20 y 78 de la Constitución Política, debido a que se trata de una norma que omisiva, pues no incluyó dentro de la información mínima exigida a productores y proveedores, la referente a si los alimentos que se comercializan o sus componentes, fueron modificados genéticamente, esto es, si se trata de productos transgénicos o no, dando a entender que su interpretación de la ley se orienta a estimar los elementos señalados en el artículo 24 demandado como taxativos.

La accionante indicó como argumento de su afirmación que la ausencia de exigencia de tales datos que deben incluir los alimentos en sus etiquetas, como datos mínimos según la norma, incumple el deber constitucional de proveer a los ciudadanos una información completa y veraz sobre los productos del mercado, es decir, que afectan el derecho a la información del consumidor respecto a la

calidad y características esenciales de los productos alimenticios, afectando la libre escogencia de aquel y controvirtiendo el derecho al libre desarrollo de la personalidad de los consumidores, a quienes compete una selección personal, libre e informada de los productos.

Así las cosas, es claro que la accionante considera que el artículo incurre en una omisión legislativa en su texto, pues excluye como información mínima, un aspecto del producto alimenticio que es esencial a su naturaleza y calidad, y que es relevante para el conocimiento del consumidor, como lo es conocer si éste o alguno de los elementos que lo componen ha sido modificado genéricamente, esto es, si transgénico o no. (Corte Constitucional. Sentencia C-583 de 2015)

Debe recordarse el fundamento constitucional del derecho a la información de los consumidores, el cual se encuentra en el artículo 78 de la Constitución Política que dispone:

“Artículo 78. 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.

Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos”.

Así, la norma superior plasma una exigencia al legislador para que los elementos intrínsecos a la calidad de los productos se den a conocer a los consumidores.

Consideró la demandante que no se observó el citado mandato constitucional, configurándose una omisión legislativa relativa debido a que en que la norma acusada dejó por fuera, sin justificación válida, el deber de informar si los alimentos ofrecidos o alguno de sus elementos ha sido modificado genéticamente, es decir, se omitió información que a su juicio toca con la naturaleza más íntima del producto y que por consiguiente es importante para el consumidor.

Por estas razones, la accionante solicitó que se declarase la constitucionalidad del artículo 24 de la Ley 1480 de 2011, siempre que se entienda que la información mínima exigida en la norma acusada, debe incluir la referente a si los alimentos o sus componentes fueron modificados genéticamente, esto es, si ellos o sus componentes son transgénicos o no.

La Corte Constitucional al resolver la demanda, dio una interpretación clara al artículo 24 de la Ley 1480 de 2011 y amplió la perspectiva del derecho a la información de los consumidores señalando:

“El derecho de acceso a esta información, como información mínima, cumple varias funciones esenciales en nuestro ordenamiento: (i) en primer lugar, garantiza el derecho de los consumidores a la información relevante sobre los productos alimenticios que consumen, dándole sentido al núcleo esencial de su derecho a la información. (ii) En segundo lugar, habilita a los consumidores a elegir de una manera libre los productos alimenticios que deseen consumir, conforme a su propia orientación de vida, respetando así el núcleo esencial del derecho a elegir, que compete al consumidor y que está ligado claramente a la expresión de su libre desarrollo de la personalidad. En tercer lugar, (iii) garantiza la protección y prevención en materia de salud, al admitir los riesgos presuntos o eventuales ligados con aspectos del desarrollo de estos productos que son desconocidos hasta el momento por la sociedad, sobre la base del principio precaución. (iv) cumple una función instrumental, al facilitar el seguimiento a estos productos por

parte de las autoridades correspondientes y (v) finalmente, el derecho a acceder a esta información garantiza la transparencia en la información que se obtiene respecto a los OGM por parte de los productores y contribuye a disminuir el desequilibrio entre productores y consumidores que precisamente busca superar la legislación enunciada. También asegura la transparencia de las autoridades públicas ligadas a estas autorizaciones porque como lo ha señalado la jurisprudencia de esta Corporación “(...), la transparencia y la publicidad de la información pública son dos condiciones necesarias para que las agencias del Estado se vean obligadas a explicar públicamente las decisiones adoptadas y el uso que le han dado al poder y a los recursos públicos”.

La anterior expone las aristas que implica el reconocimiento del derecho a la información de los consumidores, y enfatiza en el tema de los artículos comestibles. Se resalta que los fines constitucionales de tal derecho a la información son, como ya se había predicado en acápites anteriores, garantizar la libre escogencia del consumidor respecto del producto, su protección y prevención en materia de salud y la transparencia de tal información de tal forma que garantice el seguimiento de tales productos por parte de las autoridades sanitarias y de los mismos consumidores. En este último punto, adquiere especial relevancia el concepto de la publicidad, pues mediante ella el productor o comerciante da a conocer al público su producto y es en este instante en donde se exige que tal información expuesta sea veraz, clara, precisa y completa.

El alto tribunal constitucional continuó dando alcance al artículo 24 de la Ley 1480 de 2011, y con ello al derecho a la información de los consumidores, llegando a las siguientes conclusiones:

- “El artículo 78 establece el deber del Legislador de regular la “información que debe suministrarse al público en la comercialización” de bienes y servicios.

- La información *que debe* suministrarse al público, en consecuencia, conforme a la Carta, no es cualquier tipo de información, sino en particular: aquella que “*debe ser*” suministrada para proteger los derechos de los consumidores de manera efectiva, conforme al querer del constituyente.
- La información que *debe ser* suministrada por el Legislador a los consumidores, no puede ser sin embargo toda la información o cualquier información. Se trata sólo de la *información mínima* sobre el producto, que es aquella que cumple con el mandato constitucional.
- La *información mínima* que debe suministrársele a los consumidores sobre los productos, conforme al querer del Legislador, fue la que se especificó en el Estatuto del Consumidor, en el artículo 24 previamente mencionado.
- La *información mínima* requerida por el Legislador frente a los productos en general, responde a las siguientes características: (a) es esencial al producto, porque se refiere a su utilización y calidad (instrucciones de uso, consumo, conservación o instalación; cantidad, peso y volumen, fecha de vencimiento, de expiración en etiquetas y especificaciones del bien); (b) es generalmente del interés del consumidor; (c) responde a un interés público legítimo avalado por la Constitución (V gr. calidad del producto, protección del riesgo en salud, información mínima relevante, etc.) y (d) contribuye realmente a solventar el desequilibrio entre consumidores y productores, porque le permite al consumidor conocer sobre los elementos básicos de un producto, solucionar su presunta ignorancia frente al mismo y discernir prima facie sobre su elección o no de consumo. En consecuencia, el Legislador incluyó en esos requisitos mínimos de información exigible a productores y proveedores, datos sobre: instrucciones para el correcto uso o consumo o conservación del producto; cantidad, peso o volumen, fecha

de vencimiento o expiración, especificación del bien o servicio, garantías y precio.

- El artículo 24 acusado de la Ley 1480 de 2011, no incluyó, sin embargo, un elemento esencial de la información en materia de derecho al consumo, que debía ser incluido en esa norma para proteger de manera efectiva los derechos del consumidor, su libre elección y los potenciales riesgos frente a la salud de las personas. En efecto, la ley no indicó el deber del productor de informar sobre la especificación del bien, o sobre si los alimentos o sus componentes eran GM, un elemento que como se dijo era una información cardinal al producto, ya que tiene que ver con: (a) la forma en que se producen ciertos productos alimenticios, (b) con las características más intrínsecas de su composición física; (c) con las expectativas de calidad que se generan, en el caso por ejemplo, de aspectos mejorados, inclusión de vitaminas, etc. Y (d) porque se trata de información que puede estar ligada a riesgos a la salud.

- Se trata además, por esos hechos, de una información mínima que debía ser suministrada por el Legislador para cumplir con los compromisos del artículo 78 superior, y no de una información que podía ser delegada a las autoridades administrativas para que definieran si podía o no ser incluida en el etiquetado (art. 24 numeral 1.4. de la Ley 1480 de 2011), o regulada en su conjunto por otras autoridades, sin controvertir el artículo 78 de la Carta. Como su regulación era deber del Legislador y el elemento faltante que se echa de menos en la Ley era de su competencia, existe una Omisión Legislativa Relativa.

“Lo anterior, sin desconocer, sin embargo, la relevancia y la pertinencia de la Resolución 4254 del 2011 del Ministerio de Protección Social, norma que se expidió en cumplimiento de una orden proferida por un juez constitucional. Eso significa que, mientras el Legislador no regule

el tema en los términos señalados por esta sentencia, los actos administrativos expedidos en cumplimiento de la orden judicial que interpretó el artículo 78 superior, tal y como ahora lo hace esta Corporación, no pierden eficacia. Dicho en otros términos, mientras el Legislador no regule el vacío normativo, la regulación reglamentaria existente producirá los efectos señalados en la orden judicial que lo dispuso”. (Corte Constitucional. Sentencia T-333 del 2000)

En virtud de lo anterior, la Corte Constitucional decidió declarar EXEQUIBLE, por el cargo analizado, el artículo 24 de la Ley 1480 de 2011, salvo el numeral 1.4., al cual declaró EXEQUIBLE por el término de dos (2) años, hasta tanto el Congreso incluya la información mínima sobre alimentos modificados genéticamente o con componentes genéticamente modificados.

CAPITULO II

APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS CONTENIDAS EN LA LEY 1480 DE 2011 PARA HACER EFECTIVO EL DERECHO A UNA INFORMACIÓN ADECUADA PARA LOS CONSUMIDORES

Entre los derechos de los consumidores resalta el derecho al acceso a la información adecuada que permita crear una convicción basada en el consentimiento libre tendiente a la ejecución del negocio jurídico. El derecho a la información es relevante debido a que el consumidor, si bien tiene el deber de solicitar la información suficiente en la etapa precontractual, es el proveedor quien conoce los pormenores de los bienes o servicios que oferta y además ostenta la información y referencias comerciales de sí mismo. La doctrina nos oriente respecto de los fundamentos de este derecho a la información así:

La obligación de información encuentra su fundamento en un desequilibrio de conocimientos entre los contratantes, desequilibrio que se acentúa en materia de consumo. Por ello la información es el principal instrumento con que cuentan los consumidores para hacer frente a las técnicas agresivas del comercio moderno. De una buena información depende un consentimiento libremente formado y exento de vicios. Hay que tener en cuenta, además, que la obligación de informar, contemplada desde la perspectiva de la buena fe". (Llobet. 1996)

El alcance del derecho a la información impone desarrolla el derecho del consumidor pero también impone límites a éste y al proveedor, pues es claro que el productor también puede ejercer el derecho de reserva frente a secretos comerciales que incidan en la confidencialidad de la empresa. En este sentido, es importante el aporte doctrinal frente a las aristas de este derecho así:

"La obligación de información encierra dos aspectos básicos: uno negativo (abstenerse de dar información errónea) y otro positivo (el de transmitir toda la información exigible). Será exigible aquella información que sea necesaria para el receptor de la misma al efecto de la formación adecuada de su consentimiento contractual". (Morales. 1982)

Debe resaltarse en este punto que la falta de acceso del consumidor a la información necesaria para ejercer su consentimiento en la etapa precontractual, puede generar responsabilidades de tipo civil en contra del proveedor, entre estas sanciones al negocio jurídico por un eventual vicio del consentimiento como el error e incluso el dolo, ello lo afirma la doctrina cuando señala:

"La información precontractual que se proporcione al consumidor vincula al empresario, de modo que el consumidor puede exigirle las condiciones ofrecidas en la oferta, promoción y publicidad previas, incluso aunque no figuren en el contrato". (Pascuau. 2000)

En este sentido, cabe el interrogante de lo que se considera una información adecuada para el consumidor de bienes y servicios. La Superintendencia de Industria y Comercio en su página web, da respuesta a este interrogante indicando:

“Los anunciantes, productores, importadores y comerciantes que utilicen propaganda comercial para ofrecer un producto, deberán conservar a disposición de la Superintendencia de Industria y Comercio lo siguiente:

La información y documentación relativa a la propaganda comercial por un término no inferior a tres (3) años contados a partir de la fecha de su última publicación.

Copia de la propaganda comercial utilizada, esto es, del anuncio, folleto, volante, video, cassette, etiqueta, empaque y en general del medio de difusión o sistema de publicidad utilizado.

Constancia escrita del propietario del establecimiento o representante legal de la persona jurídica en la que manifieste que verificó el cumplimiento de las normas que regulan la propaganda comercial y en especial que estableció la veracidad de la información contenida en la misma con la realidad del producto o servicio ofrecido.

En el caso de la propaganda comercial con incentivos adicionalmente deberá conservarse la siguiente información:

Informe que refleje las modificaciones del precio del producto o servicio en el establecimiento o empresa que realiza la propaganda comercial, desde el mes anterior a la utilización de la misma y hasta seis meses después del retiro del incentivo”.

Documentos que acrediten la entrega de los incentivos.

“¿Cuáles son los criterios aplicables a la propaganda comercial comparativa?”

Algunos criterios aplicables a la propaganda comercial comparativa son los siguientes:

La comparación debe ser entre bienes, servicios o establecimientos que satisfagan las mismas necesidades o tengan la misma finalidad.

La comparación debe referirse a características objetivas o comprobables de las actividades, los establecimientos y bienes o servicios; por lo tanto debe efectuarse entre una o más características esenciales, pertinentes, verificables y representativas. Los juicios o apreciaciones subjetivas no constituyen término válido de comparación ante el consumidor pues corresponden a la afirmación personal de quien emite el juicio.

Deberán indicarse las características reales de las actividades, establecimientos, productos y servicios que se comparan y no podrá inducirse a error sobre éstas”. (<http://www.sic.gov.co/drupal/información-engañososa>.)

La Superintendencia de Industria y Comercio ha dado aplicación a los preceptos contenidos en la Ley 1480 de 2011 en múltiples Resoluciones en las cuales se puede observar aplicación de las novedades legislativas.

Un ejemplo de la aplicación de las disposiciones de la citada Ley, se encuentra en la Resolución No. 37321 de 2014, emitida por la Superintendencia de Industria y Comercio, por medio de 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. El mencionado acto administrativo tiene basamento en los artículos 5 y

24 de la Ley 1480 de 2011, es decir, en lo concerniente al derecho a la información de los consumidores. Se dispuso en la citada Resolución establecer una deficiencia tolerable o una tolerancia por defecto especial, para el producto pre-empacado de panela en molde. Así mismo, en artículo 2 de la citada resolución, se recalcaron las facultades de supervisión, control y vigilancia de la Superintendencia de Industria y Comercio, de acuerdo con los procedimientos contenidos en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011 y se dispuso la aplicación de sanciones por el incumplimiento a lo establecido sobre la deficiencia tolerable.

La relación de las disposiciones de la Resolución 37321 y el derecho a la información del consumidor, radica en que debe ser claro el concepto de deficiencia tolerable o tolerancia por defecto para el contenido real entregado con respecto al contenido nominal anunciado para el producto pre-empacado, información que debe ser conocida por el consumidor del producto.

La Superintendencia de Industria y Comercio también ha tenido la posibilidad de aplicar los contenidos de la Ley 1480 de 2011, respecto al derecho a la información de los consumidores, haciendo uso de sus facultades de vigilancia, inspección y sanción que le otorga la Ley. En éste sentido, se expidió la Resolución No. 12667 del 22 de marzo de 2013, mediante 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. El producto objeto de las medidas consiste en toda cortina o persiana de uso doméstico en la que se utilicen cordones, cordeles, cuerdas y cadenas como tipo de ajuste y no cuenten con dispositivo de seguridad que evite que el sobrante del elemento de atar cuelgue libremente al alcance de los niños en forma de circunferencia, bucle o anillo y pueda generar daño a los menores de edad.

En este sentido, la Superintendencia solicitó la información concreta de los productos a varios de sus comercializadores y productores, en la cual se encontraran puntos fundamentales como: a) Descripción del producto, b)

Recomendaciones de Instalación, c) Advertencias a los consumidores, d) Medidas de seguridad adoptadas, e) Registro de PQR.

Como se observa, es intención de la Superintendencia indagar respecto a las medidas de seguridad que ofrece el producto para el consumidor, a las advertencias que el productor le expone con el fin de evitar perjuicios a su integridad y a la posibilidad que tienen éstos de conocer las cualidades del producto. Estos aspectos mencionados por la Superintendencia se relacionan de forma directa con el artículo 24 de la Ley 1480 de 2011, en cuanto a la información mínima que los productores deben otorgar al consumidor.

El peligro del producto consiste en que los niños pueden encontrar en los elementos señalados un riesgo de estrangulamiento y por ende, es necesario la exclusión del mercado del elemento y la advertencia a los consumidores sobre el riesgo encontrado, con lo cual, la Superintendencia hace efectivos los principios de protección al consumidor en el mercado incluso sobre los intereses patrimoniales de los empresarios.

Otro caso en donde la Superintendencia dio aplicación a la Ley 1480 de 2011, se encuentra en la Resolución No. 53026 de 2015, mediante la cual se ordenó que la comercialización de globos inflados destinados a servir como juguete, entretenimiento o decoración solamente se use aire o helio, razón por la cual prohibió el uso de hidrógeno o cualquier otro gas similar para inflar los globos debido a su peligrosidad, pues resultan ser inflamables, nocivos y perjudiciales para la salud.

En el mismo sentido, la Superintendencia de Industria y Comercio prohibió el uso de cilindros en la producción de gas hidrógeno, con base en evidencia recaudada en el procedimiento administrativo en donde se pudo establecer más de 100 casos de personas, que en eventos sociales, resultaron gravemente heridas y con

quemaduras severas ocasionadas por la explosión de globos inflados con hidrógeno.

El argumento de la autoridad administrativa, una vez más, giró en torno a la protección de los consumidores, en especial de los menores de edad, pues el uso de este tipo de gases puede ocasionar problemas a la salud. Por otra parte, la Superintendencia advierte la necesidad de informar al público sobre los riesgos que general la utilización de los globos de helio e hidrógeno que pueden ser inflamables. A continuación se presenta cuadro de texto en donde se expone la aplicación de la Ley 1480 de 2011 en el asunto concreto, de donde se puede extraer la importancia que ha adquirido el nuevo Estatuto del Consumidor para la protección de aquel actor de la economía:

“La Ley 1480 de 2011 “por medio de la cual se expide el estatuto de consumidor” tiene como principio general, entre otros, proteger, promover y garantizar la efectiva defensa del derecho que tiene el consumidor a su seguridad e indemnidad, esto es, a que los productos que utiliza en la satisfacción de sus necesidades no le causen daño en condiciones normales de uso, así como a recibir protección ex ante contra las consecuencias nocivas para la salud, la vida o la integridad que éstos le representen.

Por esta razón, la entidad dentro de un actuar vigilante del mercado procura recaudar los elementos de juicio necesarios para identificar e individualizar aquellos productos que por sus específicas condiciones presentan riesgos latentes e irrazonables para las personas, circunstancia que justifica la expedición pronta de medidas administrativas para evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores.

Dentro del marco legal que normaliza las relaciones de consumo y en relación con la seguridad de los productos, son diversas las medidas que puede adoptar la SIC para evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores. Así, por ejemplo, podrá en buen uso de sus facultades, entre otras:

i) Establecer la información que deba indicarse en determinados productos, la forma de suministrarla, así como las condiciones que esta debe reunir, cuando se encuentre en riesgo la salud, la vida humana, animal o vegetal y la seguridad, o cuando se trate de prevenir prácticas que puedan inducir a error a los consumidores”

ii) Emitir las órdenes necesarias para que se suspenda en forma inmediata y de manera preventiva la producción, o la comercialización de productos hasta por un término de sesenta (60) días, prorrogables hasta por un término igual, mientras se surte la investigación correspondiente, cuando se tengan indicios graves de que el producto atenta contra la vida o la seguridad de los consumidores, o de que no cumple el reglamento técnico; ordenar las medidas que sean necesarias para evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores por la violación de normas de protección al consumidor;

iii) Fijar requisitos mínimos de calidad e idoneidad para determinados bienes y servicios, mientras se expiden los reglamentos técnicos correspondientes cuando encuentre que un producto puede poner en peligro la vida, la salud o la seguridad de los consumidores y,

iv) Ordenar la prohibición temporal o definitiva de producir, distribuir u ofrecer al público determinados productos, así como la destrucción de los que sean perjudiciales para la salud y seguridad de los consumidores (10). Cuadro de texto.

(Superintendencia de Industria y Comercio. Resolución No. 53026 de 2015.

Consultado el 20 de diciembre de 2015. Tomado de: <http://www.sic.gov.co/>)

El cuadro de texto citado permite apreciar las motivaciones jurídicas del acto administrativo que se adecúan a los aspectos constitucionales de la protección a los consumidores, con el fin de evitar perjuicios en su integridad, en su libre decisión y afectaciones al mercado.

Otras aplicaciones que ha realizado la Superintendencia de Industria y Comercio respecto del derecho a la información se encuentra en las investigaciones y sanciones por motivo de publicidad engañosa, pues éste fenómeno de

competencia desleal se traduce en desinformación al consumidor, afectando de forma directa su autonomía de elección y poniendo en riesgo su integridad.

Un ejemplo de ello es la iniciada contra el laboratorio Genomma Lab por reiterada violación a los preceptos de publicidad engañosa para la comercialización de productos como Goicoechea, Siluet 40, Asepxia, Tío Nacho, Cicatricure, Lomecan V, Unesia, Medicasp, Shampoo Henna Egipcia, Dalay y Silkmedic, la cual culminó en sanción debido a que inducían a error, engaño o confusión a los consumidores, por cuanto el laboratorio no contaba con estudios médicos o científicos contundentes para soportar sus afirmaciones expresadas en la publicidad, brindando al consumidor una información incorrecta que afecta su libre elección.

La Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), mediante Resolución No. 34.440 de 2014, impuso a GENOMMA LAB COLOMBIA LTDA, en primera instancia, una multa de CIENTO VEINTITRÉS MILLONES DOSCIENTOS MIL PESOS (\$123.200.000.00) equivalentes a DOSCIENTOS SALARIOS MINIMOS LEGALES MENSUALES (200 SMLMV), por infringir los derechos de los consumidores a recibir información veraz, completa y oportuna en la publicidad de sus productos reductores y adelgazantes "SILUET 40".

En el caso de los productos Gel Térmico y Jabones Modeladores, la Superindustria advirtió que las proclamas publicitarias que atribuían ciertas bondades y atributos a los productos, no contaban con estudios científicos que respaldaran sus afirmaciones. (Superintendencia de Industria y Comercio. Resolución No. 34.440 de 2014).

En virtud de lo anterior, la Superintendencia ordenó la cese de la publicidad de todos los productos comercializados por el laboratorio Genomma Lab, señalando además como medida preventiva la obligación de solicitar autorización expresa y previa del ente sancionatorio para emitir nueva publicidad.

La decisión adoptada por la Superintendencia de Industria y Comercio se profirió con el fin de proteger a los consumidores de la falsa información que afecta sus decisiones de consumo y evitar el acto de competencia desleal denominado publicidad engañosa.

CONCLUSIONES

El consumidor de bienes y servicios es un sujeto clave en el desarrollo económico y comercial de cualquier sociedad. Lo es en igual medida en la sociedad colombiana organizada bajo la figura del Estado Social de Derecho, según cual, la libre iniciativa privada es un derecho y un principio, pero limitadas al interés general, a determinadas funciones sociales y a la protección de los consumidores. En este sentido, se tiene que en el Estado Colombiano se respeta la libre empresa, el libre tráfico mercantil, pero el Estado interviene activamente en la economía a través del desarrollo de políticas administrativas, y legislativas en procura del equilibrio económico entre los diversos sectores de la sociedad.

El consumidor de bienes y servicios es un sujeto clave en el desarrollo económico y comercial de cualquier sociedad. Lo es en igual medida en la sociedad colombiana organizada bajo la figura del Estado Social de Derecho, según cual, la libre iniciativa privada es un derecho y un principio, pero limitadas al interés general, a determinadas funciones sociales y a la protección de los consumidores. En este sentido, se tiene que en el Estado Colombiano se respeta la libre empresa, el libre tráfico mercantil, pero el Estado interviene activamente en la economía a través del desarrollo de políticas administrativas, y legislativas en procura del equilibrio económico entre los diversos sectores de la sociedad.

Es obligación del productor brindar la información precisa de los riesgos del producto o elemento que se pone en el comercio para que aquel, si de forma libre decide acceder a su consumo, tenga conocimiento de las consecuencias y tratamientos que puede implementar en caso de afectación. Negar tal información al público, además de atentar contra la salud, es un acto engañoso que lesiona la libre elección del consumidor.

La Corte constitucional resalta de nuevo el derecho al acceso a la información del consumidor respecto a la composición y efectos de los bienes y servicios que ingresan en el mercado, pero genera un alcance mayor, pues también refiere que el consumidor tiene derecho a conocer el proceso de elaboración del producto y la adecuación de aquel con conceptos como la protección al medio ambiente y el desarrollo sostenible. Así, el tráfico de bienes y servicios tendrá una autoregulación por parte de los consumidores que tendrán la facultad de elegir o descartar productos que no sean elaborados mediante métodos que no se adecuen a las condiciones ambientales o que atenten contra la naturaleza, obligando cada vez más al productor a regular su proceso de producción al conceptos de desarrollo sostenible y sustentable.

El nuevo Estatuto del Consumidor contiene normas que requieren ser resaltadas debido a su importancia y las innovaciones legislativas frente a la norma anterior. El Artículo 23 contiene una modificación en cuanto a las características que debe tener la información que se presente al público.

Existe una innovación respecto al carácter vinculante de la publicidad, indicando que la información expuesta al público es vinculante para el anunciante con el fin de no ver defraudados los derechos del consumidor, disposición que resulta contrarias a lo señalado en el Artículo 847 del Código de Comercio. Éste punto tiene relación directa con la prohibición de la publicidad engañosa, el cual no era de tratamiento del estatuto del consumidor anterior, surgiendo una responsabilidad solidaria entre el anunciante y el medio de comunicación, siempre que se constate que dicho medio actuó con culpa grave o dolo. La responsabilidad mencionada se refiere a los daños causados en virtud de dicha publicidad.

GLOSARIO

Bien: Jurídicamente es la acepción de toda cosa útil y apropiable cuya adquisición está permitida por el Estado para la satisfacción de una necesidad y que integra el patrimonio de los sujetos de derecho.

Calidad: Condición en que un producto cumple con las características inherentes y las atribuidas por la información que se suministre en él.

Consumidor: último eslabón de la cadena productiva y económica, por ser el destinatario de los bienes y servicios que se le enajenan para la satisfacción de sus necesidades.

Demanda: Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad.

Empresa: Actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios.

Enajenación: Es la transferencia de un bien al adquirente bajo cualquier título traslativo de la propiedad.

Garantía: Obligación temporal, solidaria a cargo del productor y el proveedor, de responder por el buen estado del producto y la conformidad del mismo con las condiciones de idoneidad, calidad y seguridad legalmente exigibles o las ofrecidas.

Idoneidad o Eficacia: Aptitud del producto para satisfacer la necesidad o necesidades para las cuales ha sido producido o comercializado.

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.

Oferta: Conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado.

Producto: Todo bien o servicio que se oferta.

Producto Defectuoso: Bien o servicio que se oferta que no cumple con las condiciones descritas en la publicidad o que tiene vicios que impiden total o parcialmente su goce.

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

Publicidad: Toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo.

Publicidad Engañosa: Aquella cuyo mensaje no corresponda a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión.

Salubridad: Condición de un producto que no atenta contra la salud del consumidor.

Seguridad: Condición del producto conforme con la cual en situaciones normales de utilización, teniendo en cuenta la duración, la información suministrada y si procede, la puesta en servicio, instalación y mantenimiento, no presenta riesgos irrazonables para la salud o integridad de los consumidores. En caso de que el producto no cumpla con requisitos de seguridad establecidos en reglamentos técnicos o medidas sanitarias, se presumirá inseguro.

Servicio: Producto inmaterial consistente en la realización de una actividad contratada por el consumidor para la satisfacción de alguna necesidad.

REFERENCIAS

Doctrina

Isolina. Defensa Del Consumidor Y Responsabilidad Civil De Las Personas Jurídicas. Revista Electrónica Del Trabajador Judicial.

Llobet I Aguado. “El deber de información en la formación de los contratos”. Madrid

Méndez. José. Fundamentos De Economía. Editorial Mcgraw-Hill. 1990.

Mejía. Gianfranco. ¿Quién puede “corregir” una publicidad engañosa? Las zonas grises entre la protección al consumidor y la fiscalización de la competencia desleal. Artículo de la Revista El Cristal Roto. Enero 31 de 2014. Universidad del Pacífico. Facultad de Derecho.

Morales Moreno. El Dolo Como Criterio De Imputación Al Vendedor De Los Vicios De La Cosa. Adc 1982. Pg 631 y Ss.

Pascuau Liaño. La protección de las legítimas expectativas del consumidor y la exigibilidad de las promesas publicitarias: una propuesta de superación del artículo 8 de la Ley de Consumidores y Usuarios. Revista de Autocontrol Publicitario. Núm 56.

Rubio. Jairo. Derecho de los mercados – Propiedad industrial – Competencia – Protección al Consumidor. Editorial Legis. 2007.

Sánchez. Aristi. La Protección Jurídica De Los Consumidores. Volumen 2 de Actas (Universidad Rey Juan Carlos), Librería-Editorial Dykinson, 2003.

Stiglitz. Gabriel. Derecho del Consumidor. Editorial Juris.

Superintendencia de Industria y Comercio. Derecho de los mercados – Propiedad industrial – Competencia – Protección al Consumidor. Editorial Legis. 2007.

Normas

Constitución Política de Colombia.

Ley 300 de 1996.

Ley 1266 de 2008.

Ley 1480 de 2011.

Decreto 2438 de 2010.

Decreto 3466 de 1982.

Concepto SIC 05063562 de 2006.

Concepto SIC 03002379 de 2003.

Concepto SIC 03057550 de 2003.

Sentencia C-583 de 2015.

Páginas Web [Referencias electrónicas](#)

http://www.fenadeco.org/pag_files/ESCUELA_CLASICA.pdf

Mayor. Juan Camilo. *Escuela Clásica. Escuela Colombiana de Ingeniería.*

<http://www.zonaeconomica.com/teoria-keynesiana>.

Díaz. Pablo. *Teoría Keynesiana. Mayo de 2009.*

<https://trabajadorjudicial.wordpress.com/defensa-del-consumidor-y-responsabilidad-civil-de-las-personas-juridicas/>

Díaz. Delma. *Defensa Del Consumidor Y Responsabilidad Civil De Las Personas Jurídicas.*

Superintendencia de Industria y Comercio.

<http://www.sic.gov.co/drupal/informacion-enganosa>. 10 de enero de 2016.

¹Revista del Consumidor. Consulta en Internet.

<http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=20969>. 10 de enero de 2016.

<http://www.sic.gov.co/drupal/informacion-enganosa>. Consultado de internet el 20 de diciembre de 2015.

Superintendencia de Industria y Comercio. Resolución No. 53026 de 2015.

Consultado el 20 de diciembre de 2015. Tomado de: <http://www.sic.gov.co/>

<http://www.salvador.edu.ar/lambo1.htm>. Barranquilla. Noviembre 20 de 2009.

Superintendencia de Industria y Comercio. LAMBOIS, Susana. *El consumidor y sus derechos.* Consulta en Internet.