Estatuto del consumidor en Colombia: Análisis de la Ley 1480 de 2011 bajo los parámetros de protección y fortalecimiento de los derechos del consumidor.

Santiago Narvaez Gaona - COD. 1.006.306.965

Santiago.narvaez02@usc.edu.co

Universidad Santiago de Cali – Seccional Palmira

Diplomado en Derecho Procesal Comercial

Prof. Juan Guillermo Maldonado

Palmira, Valle del Cauca

2025A

Resumen.

Los derechos del consumidor en el Estado de Colombia se encuentran establecidos y previstos en la ley 1480 de 2011, una ley que nace dada la necesidad de protección en materia mercantil con el rápido crecimiento y avance del comercio en el país, esta ley se crea tras normativas pasadas que no eran lo suficientemente fuertes en protección al consumidor y que no regulaban tantos aspectos puntuales como el estatuto actual, en este sentido, bajo el análisis de esta ley, el presente escrito busca analizar y comprender, si el Estatuto del consumidor es una respuesta definitiva que es suficiente para garantizar la protección de los derechos de consumo y la reclamación de estos y así también, establecer los desafíos que esta ley posee en la materia. El análisis llevado a cabo tiene un carácter descriptivo y además es cualitativo dado que recoge información primordialmente de conceptualización, los datos aquí mostrados se obtuvieron a través de revistas jurídicas, libros, artículos investigativos, actas e informes, entre otros. El desarrollo con la información obtenida se sirvió de guía para poder concluir la necesidad del fortalecimiento normativo y organizacional para la protección del consumidor, teniendo por presente que es una parte débil del sistema económico, pero al mismo tiempo, la parte más importante, así se pudo encontrar una paulatina solución a las carencias que se tiene para llevar a cabo la ejecución de los derechos de consumo tras haber sido encontradas múltiples falencias que pueden conllevar a la vulneración de toda una colectividad.

Palabras Clave: Consumidor, derechos del consumidor, protección, vulneración.

Introducción.

El estatuto del consumidor en Colombia, regido en la ley 1480 del año 2011, es un compilado normativo que establece principios, derechos, deberes y obligaciones frente al consumidor en nuestro país y especialmente, denotando la importancia de su protección dado lo que este significa para el sistema económico.

Esta ley es la más moderna en el país en cuanto al consumidor nos referimos, antes de esta, existían normas dispersas que no eran suficientes para poder lograr el objetivo principal que hoy en día tiene el estatuto del consumidor. Uno de los primeros vestigios sobre la protección al consumidor en Colombia se encuentra en la ley 73 del año 1981, la cual permitió salir a flote el decreto 3466 de 1982, fue el primer estatuto del consumidor conocido en nuestro país y a nivel latinoamericano Colombia fue uno de los primeros países en regular esta materia, sin embargo, esta normativa en su grueso era más que todo encaminada a regular los precios, con lo cual, no se centró en encontrarle la importancia que verdaderamente adquiere el consumidor hoy en día (Villalba, 2012, pág. 34) cabe resaltar, que para esa misma epoca, el código del comercio y el código civil regulaban también aspectos que de forma vinculante tenían que ver con la esfera del consumidor colombiano, como los contratos en relación con el consumo, responsabilidad civil o vicios redhibitorios. También empieza a aparecer al unísono el reconocimiento de las asociasociones en pro de los consumidores, las cuales exigían una vigilancia que también fue plasmada en las normativas vigentes como en el decreto 1441 de 1982. Ya para el año de 1985 hubo un precedente de total importancia a nivel internacional, dado que la Organización de las Naciones Unidas (ONU) por medio de la resolución 32/248 exhorta a los Estados a producir mayor cantitad de normativas encaminadas a la regulación de la protección del consumidor, es

así entonces, que la Constitución Política de Colombia en el año 1991 establece que se debe regular por medio de la ley todo lo concerniente a la seguridad, control e información que reciben los consumodres en el país, haciendo un llamado urgente al Congreso de la república para lograr este objetivo y así mismo, imponer sanciones a quienes no cumplieran con tales medidas, luego de estos, se promulgaron diversos decretos y disposiciones encaminados a lograr este punto, pero en el año 2009, por medio de la ley 1328 se crea un consolidado muy fuerte en materia del consumidor que incluso viene a traernos las definiciones basicas para entender el consumo, además creando principios y derechos como el importante derecho de la información e imponiendo organismos de vigilancia, lo cual serviría para la creación del actual estatuto del consumidor. (Ossa, 2010, págs. 212-219).

Es así como brevemente tras analizar el paso historico de la normativa del consumidor, nos damos cuenta que son derechos relativamente nuevos y que incluso, podrían presentar desafios al momento de hacer respetar o validar su importancia. Como objeto del presente ensayo entonces, será primoridal dar respuesta a si el Estatuto del consumidor en Colombia establecido en la ley 1480 de 2011 es totalmente suficiente, completo y garantista en cuanto a los derechos del consumidor hablamos. Para poder dar respuesta a esta interrogante inicialmente debemos analizar la conceptualización y la relevancia del consumidor para la economia Colombia, todo esto en relación con lo que menciona el actual estatuto, posterior a esto, se analizará cuales son los derechos que protege la ley 1480 de 2011 y que metodos tiene la misma para poder hacer reclamos frente a estos en caso de vulneración, así, podremos llegar a entender como funciona la normativa frente a la esfera organizacional del Estado para hacer efectivos este tipo de derechos, además, para poder llegar a una conclusion definitiva debemos analizar las problematicas, dificultades o desafíos que tiene la ley 1480 de 2011 para poder lograr la

protección del consumidor y como estos retos truncan el efectivo goce de los derechos, así podremos dar la respuesta propuesta en la cual se propondrán algunas formas para poder superar estas barreras en nuestro país y afianzar los conocimientos obtenidos en la investigación realizada. La presente tematica a continuación es de vital importancia porque los derechos de consumo nos amparan y nos cobijan a todos dado que día a día ejercemos el rol de consumidores en la sociedad.

Relevancia y noción del consumidor en la esfera económica de Colombia de acuerdo con la Ley 1480 de 2011.

Para lograr entender la importancia del derecho de consumo en el Estado Colombiano, se vale inicialmente aclarar conceptos básicos que son necesarios para poder llegar al punto central. La Ley 1480 de 2011 o más bien conocida como "Estatuto del consumidor" en su artículo 5, núm. 3 define de forma exacta lo que significa un consumidor aduciendo que es:

> *"Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario."* (Ley 1480, 2011)

En este sentido, el consumidor, que es parte central de la normativa tratada, es el usuario que realiza la adquisición de un producto en específico, todos en algún punto somos consumidores, dado que es una constante acción que realizamos en nuestro día a día, además, cabe resaltar que *"el consumidor no necesariamente tiene que ser recurrente, puede ser quien compra el producto o servicio para satisfacer sus necesidades o deseos una única vez."* (Suárez, 2021) así, la concepción de esto no se limita únicamente a un espacio de tiempo de beneficio en

el uso de productos del mercado, sino, a una parte en general de todo individuo que alguna vez ha hecho tal adquisición.

Es por la definición anterior que el hecho de la protección al consumidor sea un tema tan elemental e importante para cualquier sistema estatal, dado que representan una parte principal del sistema económico dentro de una comunidad, la autora Beliña Herrera encaja al consumidor como un generador de producción porque constantemente su consumo está permitiendo el desarrollo de una cadena productiva, este permite entonces a las empresas, productores o cualquiera que ofrezca un bien o servicio seguir en función y por este mismo motivo la industria no puede olvidar el hecho de producir con responsabilidad y actuar de forma correcta en su ejercicio; un error en su producto puede generar un total caos en esta cadena cíclica de la economía y la vulneración de importantes derechos, incluso, de carácter constitucional. (Herrera, 2013, pág. 35).

El consumidor en el sistema económico es visto principalmente como un sujeto carente o vulnerable ante el mercado y que debe ser protegido a toda costa dadas sus limitaciones, así lo manifiesta el autor Daniel Ossa, quién aduce que:

> *"la relación del consumidor con los productores y comerciantes es por naturaleza desequilibrada, en la que productores y comercializadores suelen ser gigantes organizaciones que imponen unilateralmente las condiciones del contrato, y los consumidores o usuarios son personas del común, con ingresos restringidos, y muchas veces en situación de pobreza, que no pueden negociar el contrato sino que simplemente pueden tomarlo o dejarlo, y muchas veces lo toman por necesidad"* (Ossa, 2010, pág. 205)

Se sobreentiende así, entonces, que el consumidor se encuentra en una situación de desventaja en el ámbito económico, dado que las compras que todos realizamos de forma continua se hacen por necesidad, tal y como se nos menciona en el Estatuto del Consumidor, pero no es solo por esto su situación de vulnerabilidad, sino por la imponencia que tiene una empresa y sus políticas. Estas empresas productoras, por regla general, manejan un alto grado de complejidad en sus operaciones para que todo salga de acuerdo con la normativa establecida y así poder ofrecer un producto prolijo a sus adquirientes, de lo contrario, la relación que tienen tanto consumidor, como productor no podría ser posible, nadie estaría dispuesto a pagar por un producto defectuoso o incluso que, en muchos de los casos, atente contra la seguridad o salud ya que *"se ha entendido que la satisfacción de los consumidores es la finalidad última de la actividad económica"* (Ossa, 2010, pág. 207)

Es por los motivos expuestos y por la importancia que tiene el consumidor para el sistema económico de Colombia, que se crea la antes citada Ley 1480 de 2011, la cual fue una respuesta a la necesidad del Estado de garantizar la protección de los derechos de consumo, así lo refiere el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:

> *"Mediante la Ley 1480 de 2011 se expidió el Estatuto del Consumidor, con el objeto de proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores. De manera general, este Estatuto contiene disposiciones que permitirán que los consumidores puedan ejercer sus derechos en temas como: garantía legal, derecho a la información, derecho a que se le efectúe la reparación de los bienes y servicios en los casos en los que se presenten fallas de los mismos, reversión del pago, conocer tanto sus derechos como obligaciones generados de las relaciones de consumo, garantía de bienes inmuebles, información para niños, niñas y adolescentes, casos en los*

> *cuales se puede impedir la comercialización de determinados productos, protección contra cláusulas abusivas y vigilancia y control en materia de reglamentación técnica y metrología legal, entre otros."* (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2025)

Además, esta organización en el mismo sentido añade lo siguiente:

> *"Así las cosas, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha trabajado en diferentes regulaciones desde la fecha de expedición del citado estatuto, con miras a establecer las pautas que permitan al consumidor y al proveedor/productor establecer el orden que se debe ejecutar las disposiciones normativas previstas en la Ley 1480 de 2011"* (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2025).

Es así como el Gobierno Nacional se ha encargado de velar por medio de la normativa dicha los derechos del consumidor y en sintonía reconoce la importancia que estos tienen, cabe resaltar que, como se menciona en el anterior apartado, el Estatuto del consumidor no ha sido el único instrumento de protección legal frente a la actividad mercantil y la adquisición de los servicios o bienes, sino que, a partir de tal fecha se ha dado una especial priorización en crear regulaciones en esta misma línea que sirvan para apoyar, adicionar o establecer cada vez más puntos clave para dar claridad a la actividad de consumo en Colombia y para asegurar el buen ciclo comercial. El estatuto entonces es un compilado de derechos y obligaciones que giran en torno al consumidor colombiano y que abarca distintos temas en la materia debido a que el mundo comercial es totalmente amplio y complejo.

Indican las autoras, Lía López y Viviana Martelo que *"El derecho del consumidor es una materia que implica la consideración de los diversos fenómenos alrededor de la relación de consumo, de manera que se logre la protección de los intereses de los consumidores, tanto*

individual como colectivamente considerados." (Lopez & Martelo, 2012, pág. 21) es por esto, que no se puede dejar de lado que el sistema colombiano ha hecho sus esfuerzos para garantizar tales intereses y para esto, se ha acoplado a las distintas resoluciones internacionales que reconocen al consumidor como un sujeto de derechos de especial protección, un ejemplo de esto es como nuestra normativa adapta distintos conceptos de la resolución 39/348 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en especial, tomando por delante la ley 1480 de 2011 que adopta las directrices que pronunció la ONU para la protección de los derechos del consumidor, dotando entonces de refuerzo en materia de acuerdos internacionales a nuestra ley. (Lopez & Martelo, 2012, pág. 30). Es así como el concepto de consumidor en Colombia no se compone de una simple definición básica, sino que recoge distintos ámbitos normativos encaminados a protegerle y otorgarle suprema atención, el consumidor se vuelve entonces en la pieza clave del sistema económico y financiero del país para la generación de comercio.

La importancia de los derechos del consumidor plasmados en la Ley 1480 de 2011.

Menciona el autor Juan Carlos Villalba que *"debe recordarse que los derechos de los consumidores desde el punto de vista constitucional adquieren una perspectiva muy amplia, y hacen parte de esa categoría de derechos que se denominan los derechos colectivos."* (Villalba, 2018, pág. 54), este postulado es importante y necesario dado que los derechos que mantienen los consumidores y que se erigen a partir del mismo estatuto, contienen bases Constitucionales que permiten que estos sean de mayor primacía. Cabe resaltar, que la Constitución Política de 1991 marcó un gran inicio para el desarrollo de los derechos relacionados a la economía, es así como en su capítulo 3, artículo 78, emana lo siguiente:

"ARTICULO 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." (Constitución Política de la República de Colombia, 1991).

Además de reconocerse en la Carta Magna de que debe existir una regulación en los bienes y servicios en cuanto a su calidad, también impone la responsabilidad de los productores quienes ofrecen o venden sus productos, dado que deben cumplir con toda la normativa correspondiente para que sean seguros y no causen daños a la comunidad, es por esto, que los derechos de los consumidores son entendidos como derechos de orden público, así se plantea en el artículo 7 del estatuto del consumidor donde emana que:

"ARTÍCULO 4o. CARÁCTER DE LAS NORMAS. Las disposiciones contenidas en esta ley son de orden público. Cualquier estipulación en contrario se tendrá por no escrita, salvo en los casos específicos a los que se refiere la presente ley." (Ley 1480, 2011).

Además, el artículo prosigue con un postulado muy importante el cual refiere que:

"...Las normas de esta ley deberán interpretarse en la forma más favorable al consumidor. En caso de duda se resolverá en favor del consumidor..." (Ley 1480, 2011).

Muy claramente, el artículo evidencia como las normas siempre van enfocadas a prevalecer la seguridad del consumidor y es así como en cualquier disputa este siempre tendrá cierto tipo de prioridad, es así como, por eso la misma normativa es clasificada de orden público, lo cual hace referencia a la preponderancia del interés colectivo, el cual, toma más relevancia que el interés propio, además, teniendo por presente que tal norma se vuelve de imperioso cumplimiento (Caivano, 2013, pág. 66) sin posibilidad alguna de ser evitada y sí se llegase a este punto ocasionaría un daño común de gran notoriedad.

El Estatuto del Consumidor entonces, nos trae a todos una serie de derechos que tenemos por el simple hecho de adquirir un producto, que, aunque para muchos puede parecer simple, la protección que esto implica conlleva a un gran ejercicio normativo. El artículo 3 de la Ley 1480 lo clasifica de la siguiente manera:

> *"ARTÍCULO 3o.* ***DERECHOS*** *Y DEBERES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS. Se tendrán como* ***derechos*** *y deberes generales de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de los que les reconozcan leyes especiales, los siguientes:*
>
> *1. Derechos:*
>
> *1.1. Derecho a recibir productos de calidad: Recibir el producto de conformidad con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado.*
>
> *1.2. Derecho a la seguridad e indemnidad: Derecho a que los productos no causen daño en condiciones normales de uso y a la protección contra las consecuencias nocivas para la salud, la vida o la integridad de los consumidores.*

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.

1.4. Derecho a recibir protección contra la publicidad engañosa.

1.5. Derecho a la reclamación: Reclamar directamente ante el productor, proveedor o prestador y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos, así como tener acceso a las autoridades judiciales o administrativas para el mismo propósito, en los términos de la presente ley. Las reclamaciones podrán efectuarse personalmente o mediante representante o apoderado.

1.6. Protección contractual: Ser protegido de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, en los términos de la presente ley.

1.7. Derecho de elección: Elegir libremente los bienes y servicios que requieran los consumidores.

1.8. Derecho a la participación: Organizarse y asociarse para proteger sus derechos e intereses, elegir a sus representantes, participar y ser oídos por quienes cumplan funciones públicas en el estudio de las decisiones legales y administrativas que les conciernen, así como a obtener respuesta a sus peticiones.

1.9. Derecho de representación: Los consumidores tienen derecho a hacerse representar, para la solución de las reclamaciones sobre consumo de bienes y servicios, y las

contravenciones a la presente ley, por sus organizaciones, o los voceros autorizados por ellas.

1.10. Derecho a informar: Los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas tendrán acceso a los medios masivos de comunicación, para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores.

1.11. Derecho a la educación: Los ciudadanos tienen derecho a recibir educación sobre los derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas.

1.12. Derecho a la igualdad: Ser tratados equitativamente y de manera no discriminatoria." (Ley 1480, 2011)

Los derechos aquí plasmados aseguran un minímo de seguridad para los consumidores, debemos de tener presente que la mayoría de productores ejercen su acción con el objetivo de hacer dinero, esto en ocasiones, conlleva a que el productor realice su trabajo de la manera menos etica y respetuosa solo con el fin de generar un mayor beneficio propio, sin tener en cuenta el riesgo que esto puede causar al adquiriente de su producto y este ultimo, en su afan de cumplir con sus necesidades, termina tomando el producto que le ofrece el mercado y en ocasiones sin tener conocimiento de que le estan ofreciendo. (Vivas, s.f., pág. 8)

Uno de los derechos principales que sería la base de todos los demás es el de recibir productos en calidad optima, esto contiene conceptos relacionados con la seguridad del bien primordialmente y el estado en buenas condiciones de este, las condiciones de seguridad son de suprema importancia dado que sí estas llegasen a fallar pueden ocasionar un daño en la salud o integridad del adquiriente del producto incluso, en una esfera masiva, también el producto es

indispensable que deba tener un buen funcionamiento, que el mismo corresponda a lo que fue ofrecido por el productor y la información que suministro para el mismo. (Villalba, 2013, pág. 52). Este derecho se correlaciona con el derecho a la seguridad e indemnidad, van en el mismo sentido y buscan la misma finalidad, frente a la seguridad, el artículo 6 dela ley 1480 de 2011 menciona lo siguiente:

> *"ARTÍCULO 6o. CALIDAD, IDONEIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS. Todo productor debe asegurar la idoneidad y seguridad de los bienes y servicios que ofrezca o ponga en el mercado, así como la calidad ofrecida. En ningún caso estas podrán ser inferiores o contravenir lo previsto en reglamentos técnicos y medidas sanitarias o fitosanitarias.*
>
> *El incumplimiento de esta obligación dará lugar a:*
>
> *1. Responsabilidad solidaria del productor y proveedor por garantía ante los consumidores.*
>
> *2. Responsabilidad administrativa individual ante las autoridades de supervisión y control en los términos de esta ley.*
>
> *3. Responsabilidad por daños por producto defectuoso, en los términos de esta ley."* (Ley 1480, 2011)

Por medio de este artículo podríamos inferir que el legislador amplia el concepto del derecho de seguridad, e impone un deber a los prouctores que es verificar todas las medidas que sean necesarias de acuerdo a la norma en la calidad de sus productos y en caso de que estos no lo hagan, podrán acarrear sanciones y se verán como plenos responsables ante la ley.

El derecho a recibir información es otro derecho de los más primordiales que no sepuede dejar de lado, el artículo 5, exactamente en el punto 7 establece que la información hace referencia a *"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."* (Ley 1480, 2011) es así entonces como el legislador nos demuestra la importancia del concepto de información que debe de ser recibido por los usuarios adquirientes de algun producto, la información en el sector de los productos ofrecidos en el mercado hace referencia a todas las caracteristicas primordiales que deben ser expuestas al publico para que estos sepan que estan comprando o llevando a sus casas y así tengan total y plena seguridad de lo que se consume. En esta misma línea, algunos autores indican lo siguiente frente al concepto de información:

> *"El deber de información no viene a ser más que una expresión del deber de lealtad y corrección con que se debe actuar en toda etapa negocial, sin embargo en el caso del derecho de consumo, el deber de información adquiere una mayor entidad como consecuencia de la vulnerabilidad en la que se encuentra el consumidor, secuela de su clara y reconocida ignorancia, de la complejidad de los productos y la transacción a realizar. Por lo anterior se ha dispuesto en múltiples ordenamientos jurídicos normas que pretenden proteger al consumidor, y así ponerlefin a la desigualdad existente"* (Namén, Bonilla, Pabón, & Uribe, 2009, págs. 3-4)

Los autores citados coinciden que, la información, incluso, además de ser de un derecho para el consumidor, termina resultando de igual forma siendo un deber por parte del productor,

quien es quien debe informar en maneras más claras y precisas al consumidor lo que le esta ofreciendo como producto, esto es, un acto de buena fe en las relaciones comerciales, también, se da por sentado que en ocasiones como consumidores podemo resultar siendo *ignorantes* y en este sentido, tendemos a no tener las facilidades para comprender la complejidad de creación de algunos productos, es así, como consumidores estamos en derecho de obtener la información de una forma digerible, con lo cual se estaría entonces cumpliendo con el derecho pactado en el estatuto.

Frente al derecho de recibir protección contra la publicidad engañosa, el artículo 5 de la ley 1480 de 2011 define la publicidad engañosa en su numeral 13 como *"aquella cuyo mensaje no corresponda a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión"* (Ley 1480, 2011), así entonces, la publicidad es una forma de comunicación de los productores donde se nos muestra un producto en especial y que va hacía el adquiriente con un mensje en especial y su intención es persuadiarlo y llamar su atención (Aguded, 1996, pág. 121), pero cuando este mensaje tenga vicios o pretenda ser llamativo ofreciendo cosas irreales, hablamos de una publicidad engañosa, esta es una de las problematicas actuales mas complejas y que mayor acontecen. Menciona el autor Fernando Pico que *"la publicidad engañosa tiene como objetivo viciar el consentimiento del consumidor para que este, al amparo de un mensaje irreal o exiguo, acuda cautivado al acto de consumo. Se trata de un supuesto de dolo en el ámbito de las relaciones contractuales de consumo. En este caso, con la intención de engañar u omisiva de retener información relevante sobre el bien o servicio comercializado, a propósito de inducir a alguien a su consumo"* (Pico, 2021, pág. 171) por ende, el estatuto preeve la necesidad de que el consumidor reciba toda la protección para estos casos y

que no se vean vulnerados sus derehos, en caso donde el consumidor sienta que alguno de sus derechos estan siendo vulnerados, este puede usar el derecho a la reclamación.

El derecho a la reclamación es supremamente importante dado que es la vía primordial para poder hacer efectiva la reparación por las consecuencias de que ha obtenido tras haber sufrido alteración a sus derechos, esta reclamación se puede hacer por diversas vías o recursos. Teniendo esto por presente, el Ministerio de Justicia indica que, en los casos en que un consumidor se vea afectado en sus derechos, puede llevar a cabo las siguientes acciones:

> *"1. Reclamo directo: El comprador o usuario del producto o servicio, antes de iniciar el trámite de una queja y/o demanda, debe dirigirse directamente ante el proveedor, comercializador o fabricante, exponiéndole las razones de su inconformidad. Esta reclamación puede presentarse de manera verbal, por escrito o través de medios electrónicos.*
>
> *El productor o proveedor tiene la obligación de recibir su reclamación y responder en un término máximo de 15 días hábiles.*
>
> *2. Denuncia ante la Superintendencia de Industria y Comercio: Si el proveedor, comercializador o fabricante no atiende a sus reclamos, o si la respuesta dada por la empresa fue contraria a sus pretensiones, y usted pretende la protección del derechos de los consumidores, es decir, salvaguardar el interés general de la sociedad, podrá presentar denuncia ante esta entidad para que inicie la investigación que corresponda e imponga las multas a que haya lugar.*
>
> *Dicha entidad realizará las investigaciones del caso, solicitará al productor, comercializador o proveedor información sobre los hechos relatados en la queja y de*

encontrar que efectivamente han atentado contra el derecho del consumidor o contra su salud y seguridad, procederá a imponer multas y sanciones, como el retiro del producto del mercado.

3. Demanda ante la Superintendencia de Industria y Comercio (Delegatura para asuntos jurisdiccionales): Si la respuesta dada por la empresa fue contraria a sus pretensiones o no fue respondida, y usted pretende la reparación de sus perjuicios (cambio del bien o la devolución del dinero), puede presentar demanda ante esta entidad, la cual -en caso de encontrar probados los hechos-, podrá ordenar la reparación de los perjuicios causados al consumidor." (Ministerio de Justicia y del Derecho, 2017)

Es así como la organización en muy sencillos pasos explica como un usuario puede hacer valer sus reclamaciones, el artículo 56 de la ley 1480, numeral 1 y 2, también manifiesta las acciones y procedimientos para este tipo de reclamos, como lo son, las acciones populares o de grupo (Ley 1480, 2011) las cuales pretenden defender intereses colectivos, en este sentido menciona el autor Nicolas Salamanca que *"el rol de las acciones de grupo y populares en la tutela de los derechos de los consumidores se desprende del carácter poliédrico de estos. Por una parte, la primera tiende a tener por objeto la reparación por los daños originados en (i) productos defectuosos, (ii) prestación de servicios y (iii) publicidad engañosa, entre otros; mientras que la segunda… recae sobre toda violación o amenaza de vulneración de los derechos de los consumidores en su faceta de derechos colectivos."* (Salamanca, 2019) explicando que tipo de funcionalidad pueden tener estos dos tipos de acciones en tales casos.

Se encuentra también el derecho de protección contractual que protege de las clausulas abusivas, esta implementación resulta interesante, dado que es especialmente según el artículo, para contratos de adhesión, lo que hace entonces este derecho, es proteger al adherente, la parte

debil del contrato de adhesión del predispoente, quien sería la parte fuerte y quien impone las clausulas del mismo, para así evitar que se impongan clausulas que generen un desequilibrio en el contrato y que por ende, terminen generando una vulneración a la parte debil. (Posada, 2015, págs. 152-153)

Procediendo, los derechos anteriormente ampliados en esta sección son a consideración propia, los más importantes para el ejercicio de la protección del consumidor, dado que son los más complejos y que podríamos decir, los que más resultan siendo vulnerados al momento de adquirir un producto, sin embargo, en la práctica no se pueden dejar de lado ninguno de estos, como por ejemplo lo es el de la igualdad o el de representación. Como se puede analizar, el estatuto del consumidor de Colombia recoge una serie de derechos que para muchos resulta completo y eficaz, este tipo de disposiciones debe ser visto juntamente con muchas más disposiciones normativas que refuerzan los derechos de consumo.

Dificultades en el ejercicio de la protección al consumidor en Colombia.

Proteger los derechos al consumidor en Colombia no resulta una tarea fácil dados los grandes atropellos que se cometen día a día en contra del consumidor como parte débil del entorno económico. A pesar de que el estatuto del consumidor y muchas otras disposiciones resultan protectoras de este tipo de derechos, las situaciones que generan vulneraciones son de magnitud preocupante.

Falta de información y pedagogía del consumo: Una de las principales dificultades y la que nos conlleva a la mayoría de los problemas en esta materia es la falta de información y la falta de pedagogía de la comunidad consumista y esto puede ser visto desde diferentes aristas. El autor Andrés Jiménez menciona que "*la educación de consumo no solo debe estar orientada a*

los derechos y deberes que determinado sujeto de consumo tiene en una relación específica, sino que debe enseñarse desde lo más básico, tal como la realización de un presupuesto, para así evitar un posible impago de un producto financiero, frente la necesidad de los productos, lo cual generaría una evidente conciencia de consumo. En pocas palabras, debe enseñarse a consumir y no a demandar." (Jiménez, 2018, pág. 12) frente a este pensamiento observamos que el consumidor no únicamente debe tener enseñanza en cuanto a sus derechos y deberes, sino también, recibir pedagogía en cuanto a todo el sistema económico para generar una compra responsable. El consumidor generalmente suele comprar desde el afán, lo que lo direcciona a problemáticas agravantes como caer en una publicidad engañosa o recibir productos que no tienen garantías.

En este mismo sentido, el consumidor debe estar instruido en mínimo sobre el sistema económico del que está haciendo uso, esto porque incluso la jurisprudencia lo exhorta a probar la falta de información en algún caso de reclamación por la vulneración al derecho de falta de información, es así como la Superintendencia de Insdustria y Comercio menciona en sentencia 1305 del año 2022 que *"Bajo este mismo hilo discursivo, al advertirse falta de información frente a lo ofertado en bienes y servicios, el consumidor deberá demostrar dicha circunstancia, a fin de verificar si existió o no incumplimiento en el deber legal de información"* (Superintendencia de industria y comercio, sentencia 1305, 2022) es así como el consumidor entonces se ve obligado a demostrar en que punto de su adquisición existió una falla a los principios de la actividad comercial.

Al ver que uno de los problemas del consumidor en su ejercicio es la falta de información de productores y también frente a la pedagogía del consumidor, se puede sobreentender que muchos de los conflcito presentados en esta materia es por desconocimiento, falta de revisión o

impericia, aunque no son todos los casos, cabe resaltar que la pedagogía frente a este tema y también una información exacta sobre el producto que se esta adquiriendo, acompañado de un proceso de revisión completa del consumidor adquiriente, llevarían a que este problema no sea tan frecuente en nuestra esfera.

Comercio electronico y su auge: Otro de los desafíos frente a la protección de los derechos del consumidor, es el crecimiento del comercio en los sitios electronicos, como es bien sabido, en la ultima epoca se puede conseguir cualquier artículo al alcance de una pagina web, pero esto mismo trae consecuencias frente a la regulación comercial que tal vez, no se encuentra totalmente preparada para el complejo mundo del comercio virtual.

Una de las consecuencias del comercio virtual en Colombia es la cantidad de fraudes en linea que se pueden presentar, como por ejemplo, el robo de datos o información personal o también sitios web de dudosa procedencia que terminan estafando a los consumidores, cabe resaltar, que el comercio virtual en Colombia y en el mundo ha expandido el mercado en gran medida para los emprendedores, pero sin embargo, queda mucho que regular en esta area en cuanto a derechos del consumidor se trata (Rosas, 2024). El estatuto del consumidor en nuestro país ha desarrollado diferentes modificaciones que se tratan de adaptar al nuevo comercio digital, entre esas, la que ha sido realizada por la ley 2439 de 2024, entre algunas modificacionesimportantes y muy puntuales tenemos sobre los terminos de devolución del dinero por retracto en compras digitales, se añaden obligaciones estrictas a la norma para proveedores o productores que ofrezcan sus productos por medios electronicos, además se regulan temas en cuanto a entregas de pedidos en linea, entre otros asuntos especificos. (Gutierrez, Martinez, Gutiérrez, & Zarco, 2025)

Relatado lo anterior, es menester hacer enfasis en lo que la ley trajo a regular en el estatuo del consumidor, no hay que dejar de lado la responsabilidad de las empresas productoras en el desarrollo del comercio digital para ofrecer a sus clientes una experiencia segura, tranquila y de total satisacción, como menciona la autora Sonia Limas, toda cadena deproducción se ve obligada tras el crecimiento del comercio digital a estar actualizada en temas de innovación y cambios electronicos, dado que esto responde facilemente a las necesidades del consumidor y crea un crecimiento exponencial de la industria a nivel nacional (Limas, 2020, págs. 248-249), así mismo, al fortalecer la capacidad de la empresa de responder a la demanda de los consumidores en las ventas electronicas se crea una red segura para los mismos.

Informalidad en el mercado. La informalidad laboral en nuestro país representa una vulneración a los derechos de los consumidores, dadas las dificultades para acceder a los mecanismos de reclamación al no tener un registro sobre los proveedores o productores. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) por medio del Sistema Estadístico Nacional (SEN) en el boletín tecnico del 12 de mayo de 2025 sobre la ocupación informal, indican que:

> *"Para el total nacional, en el trimestre enero - marzo 2025 la proporción de personas ocupadas informales fue 57,2%, mientras que en el mismo trimestre del año anterior fue 56,3%. Por su parte, en las 13 ciudades y áreas metropolitanas esta proporción fue 43,1%, presentando un aumento de 1,8 puntos porcentuales en comparación con el trimestre enero - marzo 2024 (41,4%). En el total de las 23 ciudades y áreas metropolitanas la proporción de población ocupada informal se ubicó en 44,5%, lo que implicó un aumento de 1,8 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del año*

anterior (42,7%). Para los centros poblados y rural disperso la proporción de población ocupada informal fue 84,1% en el trimestre enero - marzo 2025." (DANE, 2025)

Como se puede evidenciar, las labores informales crecieron exponencialmente tomando como base parte del año anterior, esto puede deberse a varios motivos de estudio, sin embargo, uno de esos motivos que más nos preocupa en la reflexión de este ensayo, es que el crecimiento de esta tasa puede ser dada por los altos costos que representan los procesos de legalización y formalidad para una empresa que va acorde a las normativas, como los impuestos, en la informalidad entonces se evitarían estos costos en su producción u ofrecimiento de sus productos (Ochoa & Ordóñez, 2004, págs. 112-113), por lo cual, el consumidor se va a ver inmerso en una grave problemática al encontrar o adquirir empresas informales, en las cuales no podrá realizar un seguimiento de legalidad o verificación de los productos, además, estos proveedores informales generalmente, no cuentan con algun canal especial para resolver quejas o reclamos, por lo que el acceso a este derecho estaría siendo totalmente vulnerado. La Ley 1480 de 2011 no prevee este tipo de situación y aunque en su normativa enuncia principios que deben ser acogidos por todos los proveedores, dificilmente en empresas de clandestinidad estos puedan ser cumplidos o vigilados y no hay una forma efectiva de hacerlos cumplir.

Desconfianza y desigualdad frente al acceso a la justicia y reclamaciones. Como es de conocomiento, en el sistema de justicia de nuestro país contamos con muchas carencias frente al acceso a la justicia o a la protección de nuestros derechos, en este sentido, nos encontramos con distintas dificultades al momento de ejecutar sanciones contra las vulneraciones de los derechos del consumidor. Es así como se descubre según el portal Asuntos Legales que *"un informe elaborado conjuntamente entre el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (Pnud) y el Departamento Nacional de Planeación (DNP) encontró que 57% de los colombianos asegura no*

tener nada de confianza en la justicia, mientras que 38% dice tener solo "algo" de confianza y apenas 6% "mucha" confianza." (Becerra, 2023) basta con analizar estas cifras para darnos cuenta que a pesar de que las normativas exigen un cumplimiento de deberes, en este caso, para los productores o proveedores, es muy complicado poder ejecutar o llevar a cabo una acción legal que nos proteja de las vulneraciones.

Incluso, en este mismo tema, opinan autores que posiblemente las infracciones monetarías que son impuestas a losproductores que no cumplen con los deberes legales, son muy bajas, pero aún así, sí el metodo de sanción fuera otro o más alto, no tendría relevancia alguna si la organización estatal encargada no incide ni realiza las inspcciones correspondientes para poder exigir el cumplimiento de las garantías hacía el consumidor y así prevenirlo de cualquier situación amenazante. (Ortiz, 2023)

Es así entonces, que encontramos variadas dificultades frente a la ley 1480 de 2011 y la protección de los derechos del consumidor, resaltando así las barreras más importantes o relevantes para el acceso de los consumidores al respeto economico.

Conclusiones.

Finalmente, es necesario concluir varios puntos importantes, en primer lugar, debemos enfatizar en que la ley 1480 de 2011 o más bien conocida en Colombia como el estatuto del consumidor, es una ley relativamente novedosa que con su nacimiento amplio en cierto punto los conceptos de consumidor y todo lo que a este concierne, además, dejando en claridad que el consumidor es un sujeto vulnerable en la economia que debe ser protegido con principios basicos indispensables que son respaldados incluso por tratados internacionales a los cuales nuestro Estado se encuentra adherido. Además, se debe entender que el consumidor no por ser vulnerable

es alguien de poca importancia para el sistema economico, sino que por el contrario, es una de las piezas fundamentales del mismo y es quien dadas sus necesidades genera productividad empresarial.

Por otro lado, cabe decir que el estatuto del consumidor es una Ley muy completa que ademas contiene derechos, deberes y principios basicos para el sostenimiento y protección del consumidor, además, deja en claro los metodos, organismos y materias en los cuales como consumidores podemos apoyarnos en cualquier eventualidad en nuestro ejercicio de compras diariamente, sin embargo, aunque la norma tiene una complejidad de buena magnitud y teniendo que esta siendo cada vez modifica para adaptarse a los cambios, esta no resulta suficiente para proteger los derechos de consumo.

El estatuto del consumidor no resulta suficiente para acoger lo derechos de todos los consumidores en Colombia, pero esto en gran parte por situaciones que resultan siendo ajenas a la ley, para que esto pueda mejorar, el Estado colombiano debe insistir en sus politicas en aspectos como la pedagogía del consumidor sobre sus derechos, esto es un principio clave para poder empezar a llevar conciencia sobre la importancia de los mismos, también, se deben mejorar cuestiones organizacionales frente al aspecto de vigilacia, control y sanción de los infractores o de los productores que generan vulneración a los consumidores, dado que gran parte de la población coincide en el complejo acceso a la justicia y en la poca vigilancia que se tiene por parte del Estado en esta tematica y no menos importante, se deben regular situaciones como el empleo informal dado que genera un gran riesgo para el consumidor tanto en su salud, integridad y entre otras cuestiones.

El sistema colombiano debe volverse más protector en acción de los derechos del consumidor dado que estos son una base clave de toda subsistencia economica y es importante

hacer llamado a que el Estado se acople rapidemente a todos los campos que se expanden día a día en materia comercial.

Referencias

Sentencia No. 1305 (Superintendencia de Industria y Comrercio Colombia 02 de 02 de 2022). Recuperado el 08 de mayo de 2025, de https://www.ambitojuridico.com/sites/default/files/2022-02/Sent-1305-21.pdf

Aguded, M. C. (marzo de 1996). La publicidad: poderosa arma de la sociedad consumista. *Comunicar*(6), 121-122. Recuperado el 05 de mayo de 2025, de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800624

Asamblea Nacional Constituyente. (1991, 20 de julio). *Constitución Política de la República de Colombia.* Secretaria de Senado. Recuperado el 04 de mayo de 2025, de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Becerra, B. (03 de agosto de 2023). *Cerca de 60% de la población en Colombia no tiene nada de confianza en la justicia*. Recuperado el 21 de mayo de 2025, de Asuntos Legales: https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/desigualdad-en-el-acceso-a-la-justicia-en-colombia-cerca-de-60-de-la-poblacion-carece-de-confianza-revela-informe-pnud-y-dnp-3671683?utm_

Caivano, R. J. (2013). Arbitrabilidad y Orden Público. *Foro jurídico*(12), 62-78. Recuperado el 04 de mayo de 2025, de https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/forojuridico/article/view/13801/14425

Congreso de la República de Colombia. (2011, 12 de octubre). *Ley 1480 de 2011.* Secretaría de Senado. Recuperado el 02 de mayo de 2025, de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html

DANE. (12 de mayo de 2025). *Ocupación informal Trimestre enero - marzo 2025.* Recuperado el 20 de mayo de 2025, de Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE: https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIHEISS-ene-mar2025.pdf

Gutierrez, J., Martinez, L., Gutiérrez, C., & Zarco, M. (13 de enero de 2025). *Ley 2439 de 2024: Modificaciones al estatuto del consumidor en Colombia*. Recuperado el 10 de mayo de 2025, de Holland & Knight: https://www.hklaw.com/en/insights/publications/2025/01/ley-2439-de-2024-modificaciones-al-estatuto-del-consumidor-en-colombia

Herrera, B. (2013). La constitucionalización de los derechos del consumidor en Colombia: un análisis desde los derechos sociales fundamentales. *Revista Civilizar Ciencias Sociales y Humanas, 13*(25), 33-48. Recuperado el 02 de mayo de 2025, de http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v13n25/v13n25a04.pdf

Jiménez, A. L. (2018). *Desarrollo y retos del derecho del consumidor en Colombia : una mirada a la ley 1480 y el desarrollo internacional del derecho de consumo.* Bogotá. Recuperado el 06 de mayo de 2025, de http://hdl.handle.net/10554/45683

Limas, S. J. (septiembre de 2020). El comercio electrónico (e-commerce) un aliado estratégico para las empresas en Colombia. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*(E34), 235-251. Recuperado el 10 de mayo de 2025, de https://www.proquest.com/openview/f098bb520fa2b09c34ea661067855b94/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393

Lopez, L., & Martelo, V. (2012). *La protección del consumidor en Colombia en la ley 1480 de 2011 a partir de las directrices de la resolución 39/248 de la ONU.* Cartagena de Indias:

Universidad de Cartagena. Recuperado el 03 de mayo de 2025, de https://hdl.handle.net/11227/831

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (28 de marzo de 2025). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Recuperado el 03 de mayo de 2025, de https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/regulacion/proteccion-del-consumidor

Ministerio de Justicia y del Derecho. (2017 de septiembre de 2017). *Ministerio de Justicia y del Derecho*. Recuperado el 06 de mayo de 2025, de ¿Qué hacer si me han violado mis derechos como usuario o comprador de un bien o servicio?: https://www.minjusticia.gov.co/programas-co/LegalApp/Paginas/Que-hacer-si-me-han-violado-mis-derechos-como-usuario-o-comprador-de-un-bien-o-servicio.aspx

Namén, J., Bonilla, J., Pabón, C., & Uribe, I. (25 de junio de 2009). La Obligación De Información En Las Diferentes Fases De La Relación De Consumo. *Revista e-mercatoria, 8*(1), 1-29. Recuperado el 06 de mayo de 2025, de https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/emerca/article/view/2033

Ochoa, D., & Ordóñez, A. (2004). NFORMALIDAD EN COLOMBIA. CAUSAS, EFECTOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA ECONOMÍA DEL REBUSQUE. *Estudios Gerenciales, 20*(90), 103-116. Recuperado el 21 de mayo de 2025, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s0123-59232004000100005&script=sci_arttext

Ortiz, G. I. (17 de febrero de 2023). *¿De qué manera pueden ser más efectivas las sanciones por vulneración a las normas de protección al consumidor?* Recuperado el 20 de mayo de 2025, de Blog Revista Derecho del Estado: https://blogrevistaderechoestado.uexternado.edu.co/2023/02/17/de-que-manera-pueden-

ser-mas-efectivas-las-sanciones-por-vulneracion-a-las-normas-de-proteccion-al-consumidor/

Ossa, D. (2010). Protección, garantías y eficacia de los derechos del consumidor en Colombia. *Revista FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAs, 40*(112), 203-239. Recuperado el 02 de mayo de 2025, de https://revistas.upb.edu.co/index.php/derecho/article/view/3778/3468

Pico, F. (Agosto de 2021). Introducción a la responsabilidad publicitaria en Colombia. *Anuario de derecho privado*(3), 153-192. doi:http://dx.doi.org/10.15425/2017.513

Posada, C. (diciembre de 2015). Las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión en el derecho colombiano. *Revista de derecho privado, Universidad Externado de Colombia*(29), 141-182. Recuperado el 06 de mayo de 2025, de https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/derpri/article/view/4328/5081

Rosas, N. (2024). *Retos y desafíos del derecho del consumo en Colombia frente al desarrollo del comercio de bienes y servicios a través del ciberespacio.* Medellín. Recuperado el 06 de mayo de 2025, de http://hdl.handle.net/20.500.11912/11833

Salamanca, N. (2 de julio de 2019). *El objeto de las acciones populares y de grupo frente al derecho del consumo*. Recuperado el 06 de mayo de 2025, de Universidad Externado de Colombia, Departamento de Derecho Procesal: https://procesal.uexternado.edu.co/el-objeto-de-las-acciones-populares-y-de-grupo-frente-al-derecho-del-consumo/

Suárez, C. (23 de Septiembre de 2021). Recuperado el 02 de mayo de 2025, de Revista P&M: https://www.revistapym.com.co/articulos/opinion/232/catherine-suarez/42387/que-es-un-consumidor

Villalba, J. C. (2012). ANÁLISIS DE LA LEY 1480 DE 2011, QUE REFORMA EL ESTATUTO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN COLOMBIA. *Principia Iuris, 17*(17), 32-63. Recuperado el 10 de mayo de 2025, de https://revistas.santototunja.edu.co/index.php/piuris/article/view/451/598

Villalba, J. C. (19 de marzo de 2013). LA RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTOR POR GARANTÍAS DE BIENES Y SERVICIOS EN EL DERECHO COLOMBIANO. *Revista Prolegómenos. Derechos y Valores, 16*(31), 45-67. doi:http://dx.doi.org/10.18359/dere.718

Villalba, J. C. (14 de abril de 2018). Constitución, mercado y protección al consumidor. . *Jornadas de Derecho Constitucional. Intervención del Estado en la economía, 6*, 44-58. Recuperado el 04 de mayo de 2025, de http://hdl.handle.net/20.500.12749/12189

Vivas, D. (s.f.). *Derechos de los consumidores, llamado a la acción.* Recuperado el 05 de mayo de 2025, de Educar Consumidores: https://educarconsumidores.org/wp-content/uploads/2020/04/1.-Derechos-de-los-consumidores.pdf