

Saúl SOTOMONTE S. / Editor

Consumidor y empresa

Universidad
Externado
de Colombia

SAÚL
SOTOMONTE S.
(EDITOR)

CONSUMIDOR Y EMPRESA

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

Consumidor y empresa / Mónica Andrea Ramírez Hinestroza [y otros] ; Saúl Sotomonte S., (editor). -- Bogotá : Universidad Externado de Colombia. 2022.

682 páginas ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

ISBN: 9789587907933 (impreso)

1. Protección del consumidor - Colombia 2. Derecho comercial - Colombia 3. Consumidores -- Aspectos jurídicos - Colombia 4. Calidad de los productos - Colombia 5. Responsabilidad civil - Colombia 6. Turismo -- Aspectos jurídicos -- Colombia I. Sotomonte Sotomonte, Saúl, editor II. Universidad Externado de Colombia III. Título

347.021 SCDD 15

Catalogación en la fuente -- Universidad Externado de Colombia. Biblioteca.

febrero de 2022

ISBN 978-958-790-793-3

© 2022, SAÚL SOTOMONTE S. (ED.)

© 2022, UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

Calle 12 n.º 1-17 este, Bogotá

Teléfono (601) 342 0288

publicaciones@uexternado.edu.co

www.uexternado.edu.co

Primera edición: abril de 2022

Diseño de cubierta: Departamento de Publicaciones

Corrección de estilo: María del Pilar Osorio

Composición: María Libia Rubiano

Impresión y encuadernación: DGP Editores S.A.S.

Tiraje: de 1 a 1.000 ejemplares

Prohibida la reproducción o cita impresa o electrónica total o parcial de esta obra, sin autorización expresa y por escrito del Departamento de Publicaciones de la Universidad Externado de Colombia. Las opiniones expresadas en esta obra son responsabilidad de los autores.

Diseño epub:

Hipertexto - Netizen Digital Solutions

MÓNICA ANDREA RAMÍREZ HINESTROZA	LUIS GONZALO BAENA CÁRDENAS
ADRIANA LUCÍA LÓPEZ ÁLVAREZ	JAVIER ANDRÉS FRANCO ZÁRATE
ANA MARÍA PINEDA CELY	INGRID SORAYA ORTIZ BAQUERO
MARÍA ELISA CAMACHO LÓPEZ	ANA ISABEL CANO BARÁ
FERNANDO SILVA GARCÍA	DEISY GALVIS QUINTERO
ANDRÉS ELOY ORDÓÑEZ ORDÓÑEZ	FABIO ANDRÉS BONILLA SANABRIA
TATIANA GAONA CORREDOR	LINA FERNANDA HENAO BELTRÁN
DAVID NAMEN BAQUERO	

Presentación

Comentarios a la Ley 1480 de 2011 y sus decretos reglamentarios - alcance y repercusión de estos sobre la relación entre la empresa el consumidor

Mónica Andrea Ramírez

Adriana Lucía López Álvarez

Los deberes del consumidor relacionados con el consumo sostenible. Comparación entre los deberes del consumidor relacionados con el consumo sostenible consagrados en el Estatuto del Consumidor colombiano, con los deberes del consumidor relacionados con el consumo sostenible que se desprenden del Objetivo Doce de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y de su Directriz sobre Promoción del consumo sostenible

Adriana Lucía López Álvarez

Mecanismos de protección del consumidor o adquirente de bienes inmuebles en el derecho colombiano: análisis del Código Civil, Código de Comercio y el nuevo Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011)

Ana María Pineda Cely

Análisis de la responsabilidad por productos y servicios defectuosos en Colombia

María Elisa Camacho López

¿Quién es consumidor financiero y cuáles son los principios que orientan la regulación ideada para protegerlo?

Fernando Silva García

El deber de información del asegurador en la relación de consumo de seguros

Andrés Eloy Ordóñez

Ordóñez Tatiana Gaona Corredor

Responsabilidad civil de las sociedades fiduciarias en el marco del derecho del consumo: el deber de debida diligencia ("*Due Diligence*")

Luis Gonzalo Baena Cárdenas

Relación de consumo en el ámbito del contrato de transporte terrestre de mercancías

Javier Andrés Franco Zárate

La protección del consumidor turista. El caso de la responsabilidad de las agencias de viaje en Colombia

Ingrid Soraya Ortiz Baquero

Tatiana Gaona Corredor

Ana Isabel Cano Bará

El derecho de retracto ejercido por usuarios de transporte aéreo

Deisy Galvis Quintero

La responsabilidad social del consumidor: el consumidor responsable y la sostenibilidad del modelo económico

Fabio Andrés Bonilla Sanabria

La responsabilidad social empresarial como una política de gobierno corporativo para la protección de los intereses de los consumidores

Lina Fernanda Henao Beltrán

Arbitraje de consumo: la aproximación española y algunas reflexiones sobre su adecuación en Colombia

David Namen Baquero

Notas al pie

PRESENTACIÓN

Hoy el derecho del consumo es un área esencial del derecho con alcance transversal y multidisciplinario, con proyección y transcendencia en diversas aristas tanto del derecho público como del derecho privado.

Aunque formalmente el desarrollo del derecho del consumo inició en el año 1982 con la expedición del Decreto 3466, en realidad su mayor crecimiento se produjo tras la expedición de la Constitución Política de 1991 y, más claramente, con la aprobación de la Ley 1480 de 2011 conocida como el Estatuto de Protección al Consumidor acompañado de normas especiales o estatutos sectoriales. Dicho Estatuto ante el fenómeno de la generalización de la actividad comercial -particularmente de las grandes superficies- dio una nueva perspectiva al debate en torno a la capacidad y el consentimiento como presupuestos de validez del contrato.

Es innegable que el desarrollo del derecho del consumo se ha visto acelerado y potenciado por el incremento en el uso de las tecnologías de la información, el manejo de aplicaciones electrónicas, el incremento del e-commerce y con ello, la diversidad de opciones de las cuales dispone hoy por hoy la persona para adquirir toda clase de servicios y bienes. Esta infinidad de alternativas implican que los riesgos a los que se ve expuesto el consumidor o usuario sean cada vez mayores y que el legislador y los reguladores tengan que afrontar nuevos retos como el control y protección de los datos, el derecho a tener una información completa y oportuna sobre lo adquirido, la necesidad de canales virtuales para hacer efectivas las reclamaciones del consumidor y unas vías más expeditas para que las

controversias aun en pequeña cuantía sean resueltas en forma eficaz.

Este crecimiento exponencial del consumo a todo nivel ha hecho que todas las áreas del derecho, de una u otra forma, se vean permeadas por la protección del consumidor y de los usuarios. Hoy no puede entenderse el contrato y las relaciones de la empresa sin mirar al consumidor como eje de las relaciones y como sujeto de especial protección, tampoco es posible hablar de la prestación de servicios públicos o privados sin considerar el usuario, sus derechos y sus obligaciones, e incluso, más que nunca la contratación estatal también está enfocada en parte a atender las necesidades de ese extremo frágil de la relación de consumo, esto es, el usuario de servicios de telecomunicaciones, transporte, educación, salud, etcétera.

El Grupo de Investigación en Derecho Comercial Colombiano y Comparado consciente de la importancia del tema tanto en el ámbito comercial como en el derecho privado, ha venido desarrollando diversos trabajos e investigaciones alrededor de las relaciones entre la empresa y el consumidor. Este libro es fruto de algunos de los debates, conversatorios y trabajos de investigación realizados por los docentes y jóvenes investigadores del Departamento de Derecho Comercial que, desde su experiencia han abordado distintos temas y aristas del derecho del consumidor con la finalidad de abrir y generar el debate sobre muchos temas novedosos, dejando abierta la puerta a próximos encuentros académicos así como a trabajos en esta importante área del conocimiento.

Nuestro objetivo, además de contribuir al desarrollo de la doctrina en el tema, por ahora escasa, es también el de incentivar nuevos proyectos y trabajos de investigación por parte de nuestros docentes y alumnos, pues el avance del derecho de consumo y la reivindicación de una efectiva protección de los usuarios y consumidores es el reto que

tenemos hoy y ahora particularmente cuando las nuevas generaciones enfrentan esta economía no solo globalizada sino virtualizada.

SAÚL SOTOMONTE S.

MÓNICA ANDREA RAMÍREZ HINESTROZA*

ADRIANA LUCÍA LÓPEZ ÁLVAREZ**

*Comentarios a la ley 1480 de 2011 y sus decretos
reglamentarios - alcance y repercusión de estos
sobre la relación entre la empresa y el consumidor*

*Comments on law 1480 of 2011 and its regulatory
decrees-scope and impact of these on the relation
between the company and the consumer*

RESUMEN

El presente trabajo hace una breve introducción sobre la empresa y el consumidor como conceptos fundamentales dentro de la economía social de mercado y como extremos de la relación de consumo y sobre la importancia que la Ley 1480 de 2011 ha tenido para la empresa, el consumidor y el mercado de consumo colombiano en general. De igual manera, hace una exposición y comentarios a los aspectos más relevantes de los decretos reglamentarios de la Ley 1480, y finaliza con una reflexión sobre los desafíos y las tareas pendientes en materia de reglamentación de la ley, en especial con temas tan importantes como el comercio electrónico, las dificultades en la vigilancia transfronteriza del comercio electrónico, las plataformas de comercio electrónico y los portales de contacto; resaltando la necesidad de una actualización del Estatuto del Consumidor para efectos de regular los nuevos fenómenos económicos, sociales y tecnológicos que se han presentado con posterioridad a la expedición de la ley.

PALABRAS CLAVE

Empresa, consumidor, relación de consumo, Estatuto del Consumidor, Ley 1480 de 2011, decretos reglamentarios de la Ley 1480 de 2011, temas pendientes de reglamentación de la Ley 1480 de 2011

ABSTRACT

The present work makes a brief introduction on the company and the consumer as fundamental concepts within the social market economy and as extremes of the consumer relationship and on the importance that Law 1480 of 2011 has had for the company, the consumer and

the colombian consumer market in general. Likewise, this work makes a presentation and comments on the most relevant aspects of the regulatory decrees of Law 1480, to end with a reflection on the challenges and pending tasks regarding the regulation of the law, especially for issues such as electronic commerce, difficulties in cross-border surveillance of electronic commerce, electronic commerce platforms and contact portals; bearing in mind the need for an update of the Consumer Statute in order to regulate the new economic, social and technological phenomena that have been occurring after the law was issued.

KEY WORDS

Company, consumer, consumer relationship, consumer statute, Law 1480 of 2011, regulatory decrees of Law 1480 of 2011, pending issues of Law 1480 of 2011

CONTENIDO

1. Introducción, 2. Decretos reglamentarios de la Ley 1480 de 2011-Reseña y comentarios 3. Desafíos y tareas pendientes en materia de reglamentación de la Ley 1480 de 2011, 3.1 Desafíos en materia de protección al consumidor en mecanismos de comercio electrónico, 3.1.1 Dificultad de ejercer vigilancia transfronteriza de los derechos de los consumidores, 3.1.2. Plataformas de comercio electrónico y portales de contacto, 4. Conclusión

1. INTRODUCCIÓN

Si entendemos el derecho del mercado como aquel cuyo contenido se refiere a las relaciones jurídicas entre las empresas para una libre competencia, las relaciones entre empresas y consumidores, la prohibición y sanción administrativa a las distorsiones al mercado por parte de

empresas o grupos de empresas y los criterios jurídicos para regular el comportamiento de las empresas en el mercado¹, uno de los aspectos primordiales que se deriva del mismo es la relación existente entre la empresa, en su calidad de productor y/o distribuidor de bienes y/o servicios, y el consumidor, al ser ambos actores fundamentales de la economía social de mercado² -modelo económico adoptado por la Constitución de 1991- y conceptos interdependientes por ser extremos de la relación de consumo, no siendo posible hablar de la empresa sin hablar del consumidor, y viceversa.

Para Narváez García, la empresa es un fenómeno económico, social y político, además de jurídico y ha sido estudiada en todos esos campos³, y en nuestro ordenamiento jurídico ostenta un lugar preponderante cuando la Constitución Política consagra la libertad de la actividad económica y de la iniciativa privada dentro de los límites del bien común, el derecho a la libre competencia económica que supone responsabilidades, y a la empresa como base del desarrollo, con una función social que implica obligaciones.⁴

En cuanto a su concepto, el Código de Comercio define a la empresa como “(...) toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. (...)”.⁵

De la libertad de la actividad económica y de la iniciativa privada consagrada a nivel constitucional, se desprende la libertad de empresa que puede definirse como “(...) un derecho de orden constitucional que faculta a las personas para concurrir al mercado a través de la realización de actividades económicas de producción e intercambio de bienes y servicios para la obtención de un beneficio o ganancia adoptando para ello cualquier forma de organización empresarial”.⁶

Vemos entonces como en Colombia, la empresa como actividad económica organizada para la producción de bienes o prestación de servicios, es reconocida como motor fundamental del modelo económico consagrado en la Carta de 1991 -la economía social de mercado-, siendo esta actividad libre, y solamente limitada por el interés general y el bien común.

En cuanto a los consumidores, la Constitución Política establece que la ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, la información a suministrarse al público en su comercialización, y la responsabilidad que le atañe a quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios atenten contra la salud, seguridad y adecuado aprovisionamiento de consumidores y usuarios⁷, aspectos tales que fueron regulados en la Ley 1480 de 2011 por la cual se expidió el Estatuto del Consumidor.

Este reconocimiento constitucional a favor de la protección a los consumidores tiene como fundamento el reconocimiento por parte del Estado de la condición de inferioridad de estos en razón al desequilibrio en las condiciones existentes entre productores y consumidores. La SIC se refiere a las motivaciones del artículo 78 de la Constitución en su Sentencia 1518 de 2019 cuando expresa lo siguiente:

“En efecto, de los antecedentes del artículo 78 C.P.C. que se encuentran en las gacetas de la Asamblea Nacional Constituyente, se advierte que la incorporación de este precepto en la Constitución Política estuvo inspirada en lo que se conoce como el principio *favor debilis*, de expresa consagración en el artículo 13 C.P.C., el cual determina una protección especial a favor de aquellos grupos tradicionalmente marginados y que, a su vez, informa otras normas, como la que eleva a rango constitucional la protección de los consumidores.(...).”⁸

En cuanto al concepto de consumidor, la Ley 1480 define al consumidor o usuario como “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.”⁹; donde el consumidor *normalmente informado* ha sido definido por la SIC como “(...) aquel que usualmente no planifica sus decisiones de consumo y solamente consulta aquellos aspectos de la información que son esenciales para su (SIC) realizar la elección o que resaltan por su tamaño. (...)”.¹⁰

Para Correa Henao, dentro de nuestro ordenamiento jurídico y modelo económico los consumidores son concebidos como “(...) sujetos especialmente protegidos por ser agentes económicos principales, cuyos derechos e intereses deben ser el primer y verdadero reflejo de la calidad y competitividad de los mercados en cuestión.”¹¹

Vemos entonces como en Colombia el consumidor o usuario, siendo este aquella persona natural o jurídica que como destinatario final adquiere, disfruta o utiliza un producto o servicio para la satisfacción de una necesidad propia, es considerado como un agente económico fundamental dentro de la relación de consumo, que es merecedor de protección especial por su condición de inferioridad o debilidad frente al productor.

Como ha sido ampliamente expuesto en la jurisprudencia y en la doctrina, la innegable condición asimétrica en la que se encuentran el consumidor y el empresario (llámese productor o proveedor), puede ser ocasionada por muchos factores asociados al propio proceso productivo y/o de comercialización, entre ellos: el grado de conocimiento que productor y/o proveedor tienen

en relación con los productos que ofrecen, por supuesto, superior al que normalmente tiene el consumidor; los métodos de publicidad que utilizan los empresarios para dar a conocer sus productos; los mecanismos de comercialización, cada vez más variados y, en algunos casos, agresivos, que pueden disminuir la libertad de decisión de los consumidores; las modalidades de contratación, siendo cada vez más frecuente el uso de contratos de adhesión y de condiciones generales de contratación.

La presencia de estos factores en las relaciones de consumo, hace que en estas, no encuentren aplicación real algunos principios que son inherentes a las relaciones contractuales tradicionales, tales como la igualdad de los contratantes o la autonomía de la voluntad, y, en cambio, lo que se evidencia con claridad es una situación de asimetría informativa, así como un menoscabo de la autonomía negocial de la parte más débil en la relación: el consumidor.

Esta realidad es lo que justifica que exista una especial protección normativa para el consumidor, por ser la parte que se encuentra en situación de vulnerabilidad frente al otro extremo de la relación de consumo y que el legislador haya definido variados mecanismos o herramientas para compensar o restablecer esta situación de desequilibrio¹².

De lo anterior podemos observar como la empresa - actuando en su calidad de productor y/o distribuidor-¹³ y el consumidor, se erigen como extremos de la relación de consumo que se encuentran estrechamente relacionados al ser estos interdependientes, en la medida en que la empresa es quien produce, importa y/o comercializa los bienes y/o servicios que el consumidor o usuario adquiere para la satisfacción de sus necesidades.

Esta relación entre la empresa y el consumidor se encuentra reflejada en el Estatuto del Consumidor, Ley

1480 de 2011, lo que se evidencia en su objeto cuando establece que “las normas de esta ley regulan los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores y la responsabilidad de los productores y proveedores tanto sustancial como procesalmente. (...)”.¹⁴

De igual forma, la relación entre empresa y consumidor es abordada en el ámbito de aplicación de la ley cuando este establece que “(...) Las normas contenidas en esta ley son aplicables en general a las relaciones de consumo y a la responsabilidad de los productores y proveedores frente al consumidor en todos los sectores de la economía respecto de los cuales no exista regulación especial, evento en el cual aplicará la regulación especial y suplementariamente las normas establecidas en esta Ley. (...)”.¹⁵

De lo anterior se colige que el Estatuto del Consumidor regula la relación de consumo existente entre el empresario -en calidad de productor y/o proveedor- y los consumidores, cuando establece los derechos y obligaciones surgidas entre estos y la responsabilidad de productores y proveedores; y al regular esta relación, el Estatuto recoge la intención plasmada en la Constitución Política de proteger al consumidor como parte débil de la relación de consumo.

La importancia de la misión encomendada por la Constitución a la ley respecto a la protección que esta debe brindar al consumidor para disminuir los desequilibrios y las desigualdades entre los dos extremos de la relación de consumo, ha sido reconocida por la Corte Constitucional así:

“La Constitución ordena la existencia de un campo de protección en favor del consumidor, inspirado en el propósito de restablecer su igualdad frente a los productores y distribuidores, dada la asimetría real en que se desenvuelve la persona que acude al mercado en pos de

la satisfacción de sus necesidades humanas. Sin embargo, la Constitución no entra a determinar los supuestos específicos de protección, tema este que se desarrolla a través del ordenamiento jurídico. (...) Como ya se ha expresado, la razón de ser de este régimen estriba en la necesidad de compensar con medidas de distinto orden la posición de inferioridad con que consumidores y usuarios, por lo general dispersos y dotados de escasos conocimientos y potencialidades, enfrentan a las fuerzas de la producción y comercialización de bienes y servicios, necesarios en orden a la satisfacción de sus necesidades materiales. Cuando la Constitución encomienda al legislador el desarrollo de un cierto régimen de protección, no está simplemente habilitando una competencia específica para dictar cualquier tipo de normas. Lo que el Constituyente se propone es que la finalidad de la protección efectivamente se intente actualizar y se imponga en la realidad política y social –por lo menos en un grado razonable y en la medida de las posibilidades y recursos existentes–, articulando de la manera más armoniosa y eficaz dentro de las políticas públicas las justas demandas de los sujetos merecedores de dicha protección especial.”²⁹. (negrillas fuera del texto original).¹⁶

En consonancia con esta visión de la Corte Constitucional, resulta notorio que una de las motivaciones para la expedición de la Ley 1480 fue cumplir con los lineamientos dados por la Constitución referentes al establecimiento de un campo de protección a favor del consumidor y desplegar la capacidad del Estado en pos de acotar la brecha generada por el desequilibrio existente entre la empresa como productor y/o distribuidor y el consumidor o usuario.

Sin embargo, el hecho de que la Ley 1480 tenga este propósito, y por ende, proteja al consumidor, no significa

que esta ley no propenda por vínculos justos y de buena fe entre ambos extremos de la relación de consumo, -lo que redundaría en beneficio del mercado mismo- o no reconozca la importancia que tiene el productor y/o distribuidor como actor fundamental dentro del mercado de consumo en ejercicio de la libertad de empresa consagrada a su favor dentro del orden constitucional.

En este sentido, la Superintendencia de Industria y Comercio, hablando de las motivaciones de la Ley 1480 dijo lo siguiente:

“(...) en los antecedentes del actual Estatuto del Consumidor expresamente se señaló, dentro de los motivos que impulsaron su expedición, el intento de *“(...) establecer entre consumidores y proveedores relaciones más equilibradas, generar un marco de respeto mutuo, aumentar el crecimiento del mercado y beneficiar con su actividad y desarrollo a la comunidad (...)”*⁶⁰. En esta medida, si bien es claro el reconocimiento del desequilibrio que se presenta en las relaciones entre productores y proveedores, por un lado, y consumidores, de otro, lo cierto es que la búsqueda del equilibrio debe ir acompañada de las condiciones de respeto mutuo y de la promoción del crecimiento del mercado con el fin de contribuir al desarrollo de la comunidad. Esto se acompaña con lo establecido en el artículo 333 de la Constitución Política, que establece que *“la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. (...) La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades”*. De conformidad con lo expuesto, el Estatuto del Consumidor consagra una serie de derechos y deberes correlativos entre las partes involucradas en la relación de consumo, dirigidos a cumplir las finalidades que fueron expuestas previamente, a saber: i) la disminución de la asimetría en las relaciones; ii) la protección de la parte débil de la relación; y, iii) prevenir

las conductas abusivas o desleales de los empresarios. Este marco general define entonces los límites para el ejercicio de las prerrogativas que la Ley 1480 reconoce a los consumidores. Por ello es posible afirmar que el ejercicio de los derechos por parte del consumidor, que se desvíe de las finalidades señaladas y que contraríe los postulados de la buena fe, podrá catalogarse como abusiva y, por ende, carecerá de tutela. Y finalmente, es importante tener en cuenta, a su vez, que los derechos del consumidor deben interpretarse en armonía con aquellos que le asisten a quienes producen y comercializan productos, que encuentran su fuente en el ya citado artículo 333 de la Constitución Política, tendiente a la protección de la libre empresa, claro está, dentro de ciertos límites”.¹⁷

Como vemos, la Ley 1480 de 2011 representó en su momento la concreción de la intención consagrada en la Constitución Política de proteger por la vía legislativa a los consumidores, establecer relaciones equilibradas entre consumidores y proveedores y aumentar el mercado, y en efecto, supuso un importante avance en estos sentidos, sobre todo en comparación con el anterior Estatuto del Consumidor plasmado en el Decreto 3466 de 1982. A este respecto, la SIC manifestó lo siguiente:

“(…) En el caso colombiano, pasar de un sencillo esquema de protección al consumidor, como el que contenía el Decreto 3466 de 1982, a un sistema de normas que articula los derechos y deberes de los consumidores y empresarios con las distintas herramientas procesales para hacerlos efectivos y, a su vez, impone obligaciones a las autoridades para crear en el país una cultura de consumo responsable al implementar programas de información y educación, ha sido un logro importantísimo para el fortalecimiento del mercado nacional. Desde su entrada en vigencia, hace poco más de cinco años, la ley 1480 de 2011 -Estatuto del Consumidor- ha ido colonizando un contexto

que desconocía lo que era la verdadera protección al consumidor y ha hecho que consumidores, empresarios y autoridades fijen su atención en los distintos aspectos que componen el derecho del consumo. (...)”.¹⁸

Sin embargo, el hecho de que la Ley 1480 haya representado, como en efecto lo ha hecho, un importante avance en la protección de los derechos del consumidor y en el establecimiento de relaciones más equilibradas entre consumidores y proveedores en beneficio del mercado, no significa que esta haya cubierto la totalidad de los temas que competen a la relación de consumo.

Como puede inferirse de una lectura rápida de la ley, la misma dejó planteada una cantidad importante de temas cuya reglamentación delegó al ejecutivo, y, más que considerarla como un completo cuerpo normativo, la ley puede percibirse -sin querer demeritar su valor y lo que ha representado para el mercado de consumo colombiano-, como una regulación de carácter general para los temas de protección al consumidor y de responsabilidad de productores y/o distribuidores, donde además de dejar muchos aspectos por reglamentar, deja en evidencia la ausencia de otros tan fundamentales para el mercado como pueden ser los alusivos al consumo sostenible y a un desarrollo más minucioso de los deberes y responsabilidades de los consumidores, y de la educación e información que debe brindarse al consumidor, entre otros.

2. DECRETOS REGLAMENTARIOS DE LA LEY 1480 DE 2011. RESEÑA Y COMENTARIOS

Respecto a las disposiciones de la Ley 1480 de 2011 que han sido objeto de reglamentación por el Gobierno Nacional, tenemos que hasta la fecha de elaboración de este escrito, se han expedido los siguientes Decretos Reglamentarios, todos los cuales, debe precisarse, hoy se encuentran compilados en el Decreto Único Reglamentario

del Sector Comercio, Industria y Turismo, Decreto 1074 de 2015.

TABLA*

Ley 1480 de 2011	Decreto reglamentario
<p>“Artículo 11. Aspectos incluidos en la garantía legal. (...) Parágrafo. El Gobierno Nacional, dentro de los seis meses siguientes a la expedición de esta ley, se encargará de reglamentar la forma de operar de la garantía legal. La reglamentación del Gobierno, no suspende la aplicación de lo dispuesto en la presente ley.”.</p>	<p>Decreto 735 de 2013 “Por el cual se reglamenta la efectividad de la garantía prevista en los artículos 7 y siguientes de la Ley 1480 de 2011”.</p>
<p>“Artículo 18. Prestación de servicios que suponen la entrega de un bien. (...) Parágrafo. Pasado un (1) mes a partir de la fecha prevista para la devolución o a la fecha en que el consumidor debía aceptar o rechazar expresamente el servicio, de conformidad con lo previsto en el numeral 1 anterior sin que el consumidor acuda a retirar el bien, el prestador del servicio lo requerirá para que lo retire dentro de los dos (2) meses siguientes a la remisión de la comunicación. Si el consumidor no lo retira se entenderá por ley que abandona el bien y el prestador del servicio deberá disponer del mismo conforme con la reglamentación que expida el Gobierno Nacional para el efecto. (...)”</p>	<p>Decreto 1413 de 2018 “Por el cual se adiciona un capítulo al Libro 2, Parte 2, Título 2 del Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo, Decreto 1074 de 2015 y se reglamenta el parágrafo del artículo 18 de la Ley 1480 de 2011”.</p>

“Artículo 19. Deber de información. Cuando un miembro de la cadena de producción, distribución y comercialización, tenga conocimiento de que al menos un

Decreto 679 de 2016 “Por el cual se adiciona un

producto fabricado, importado o comercializado por él, capítulo al libro 2 tiene un defecto que ha producido o puede producir un de la parte 2 del evento adverso que atente contra la salud, la vida o la título 2 del Decreto seguridad de las personas, deberá tomar las medidas Único del Sector correctivas frente a los productos no despachados y los Comercio, puestos en circulación, y deberá informar el hecho Industria y dentro de los tres (3) días calendario siguientes a la Turismo, Decreto autoridad que determine el Gobierno Nacional. 1074 de 2015, y se

reglamenta el artículo 19 de la Ley 1480 de 2011”.

“Artículo 28. Derecho a la información de los niños, niñas y adolescentes. El Gobierno Nacional **Decreto 975 de 2014** “Por el cual reglamentará, en el término de un año a partir de la se reglamentan los entrada en vigencia de la presente ley, los casos, el casos, el contenido contenido y la forma en que deba ser presentada la y la forma en que información que se suministre a los niños, niñas y se debe presentar adolescentes en su calidad de consumidores, en la información y la desarrollo del derecho de información consagrado en el publicidad dirigida artículo 34 de la Ley 1098 de 2006.” a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores”.

“Artículo 45. Estipulaciones especiales. (...) **Decreto 1368 de 2014** “Por el cual Parágrafo 1. Las disposiciones relacionadas con se reglamentan las operaciones de crédito otorgadas por personas naturales operaciones o jurídicas cuyo control y vigilancia sobre su actividad mediante sistemas crediticia no haya sido asignada a alguna autoridad de financiación administrativa en particular, y con contratos de de financiación adquisición de bienes o prestación de servicios en el que previstas en el el productor o proveedor otorgue de forma directa artículo 45 de la financiación, deberán ser reglamentadas por el Gobierno Ley 1480 de 2011”. Nacional. (...)”.

“Artículo 46. Deberes especiales del productor y Decreto 1499 de proveedor. (...) Parágrafo. Dentro de los seis (6) meses **2014** “Por el cual siguientes a la expedición de la presente ley, el Gobierno se reglamentan las Nacional se encargará de reglamentar las ventas a ventas que utilizan distancia”. métodos no tradicionales y las ventas a distancia”.

“Artículo 51. Reversión del pago. Cuando las ventas **Decreto 587 de** de bienes se realicen mediante mecanismos de comercio **2016** “Por el cual electrónico, tales como Internet, PSE y/o call center y/o se adiciona un cualquier otro mecanismo de televenta o tienda virtual, y capítulo al libro 2 se haya utilizado para realizar el pago una tarjeta de de la parte 2 del crédito, débito o cualquier otro instrumento de pago título 2 del Decreto electrónico, los participantes del proceso de pago Único del sector deberán reversar los pagos que solicite el consumidor Comercio, cuando sea objeto de fraude, o corresponda a una Industria y operación no solicitada, o el producto adquirido no sea Turismo, Decreto recibido, o el producto entregado no corresponda a lo 1074 de 2015, y se solicitado o sea defectuoso. (...) El Gobierno Nacional reglamenta el reglamentará el presente artículo. (...)” artículo 51 de la Ley 1480 de 2011”.

*A mayo de 2020. Tabla elaborada por las autoras del artículo.

A continuación realizaremos una breve reseña de cada uno de los decretos reglamentarios que han sido expedidos por el Gobierno Nacional en virtud de las normas que acabamos de relacionar. Adicionalmente, se presentará una referencia al Decreto 1369 de 2014 “Por el cual se reglamenta el uso de la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos”, instrumento que se destaca como un buen aporte para la observancia de los derechos de los consumidores a recibir información veraz sobre las condiciones objetivas de los productos y a ser protegidos de la publicidad engañosa.

Los comentarios a los decretos reglamentarios se presentan en el orden de los artículos del Estatuto del Consumidor que fueron objeto de reglamentación por parte del Gobierno Nacional y no en estricto orden cronológico.

DECRETO 735 DE 2013 SOBRE EFECTIVIDAD DE LA GARANTÍA:
ARTÍCULOS 7 Y SIGUIENTES DE LA LEY 1480 DE 2011

De manera afortunada el proceso de reglamentación de la Ley 1480 de 2011 inició abordando uno de los aspectos de mayor importancia para todos los consumidores, como es el de la efectividad de la garantía; toda vez, que a través de esta se protege el derecho a recibir productos que cumplan con las condiciones de idoneidad, calidad y seguridad.

De otro lado, la garantía no solo establece la obligación solidaria de los proveedores y productores de responder porque los productos satisfagan la finalidad para la cual fueron comercializados, cumplan con las condiciones naturales y aquellas que se hubieran informado sobre estos y no atenten contra la vida o integridad del consumidor; sino que además, constituye un importante instrumento para promover la competitividad, al poder esta ser utilizada como elemento diferenciador en el mercado.

El decreto aborda en primer lugar lo relacionado con la presentación de la solicitud de la efectividad de la garantía, estableciendo algunas reglas importantes para dichos efectos; por ejemplo, el hecho de que el consumidor se encuentre obligado a informar el daño que tiene el producto, así como también, ponerlo a disposición del expendedor en el sitio en que le fue entregado o, en uno de los puntos dispuestos para dichos efectos.

Al respecto, es de resaltar que cuando el decreto señala que, de requerirse el transporte del bien, los costos serán asumidos por el productor o el expendedor, hace referencia al eventual transporte de las cosas para su reparación y

posterior entrega al consumidor en el lugar en el cual hubiera solicitado la garantía. En otras palabras, los costos necesarios para efectos de que el consumidor pueda solicitar la efectividad de la garantía se encuentran completamente a cargo del productor o expendedor.

De otro lado, el decreto reitera que en caso de que un producto presente una falla, se deberá proceder a su reparación y, que la devolución del dinero o la sustitución del bien, solo procederán cuando la falla se repita o la reparación no sea posible; quedando aún la discusión, de si esta debe reiterarse de manera idéntica o, si por el contrario, basta con que el producto presente una segunda falla, siendo completamente irrelevante si es o no la misma.

El decreto también reguló algunos términos en particular que habían sido omitidos por el Estatuto del Consumidor, como son los previstos para llevar a cabo la reparación del producto, la sustitución del bien o la devolución del dinero; los cuales, permiten garantizar que estos trámites se produzcan en un espacio de tiempo determinado y no, que queden a la mera potestad del proveedor o productor. De igual manera, esta disposición estableció el término en cada una de dichas circunstancias para que el consumidor ponga a disposición el producto e incluso, lo consagró como causal de exoneración de responsabilidad, respecto de la posibilidad de que el proveedor o productor sea objeto de las multas que prevé el numeral 11 del artículo 58 de la Ley 1480 de 2011.

En aquello relacionado con la garantía sobre bienes usados, el decreto dio claridad sobre un punto que, si bien parece obvio, el vacío en la Ley podía generar interpretaciones inadecuadas, en el sentido de entender que la solidaridad entre el proveedor y el productor en materia de efectividad de la garantía se extendía a aquellas situaciones en las cuales al momento de vender el producto usado el término de la garantía legal habría ya fenecido.

Así, la disposición estableció que en dichos casos la garantía estaría a cargo exclusivamente del proveedor, pues respecto del productor habrá fenecido el término durante el cual este debe responder por la calidad, idoneidad y seguridad del producto.

El decreto reglamentario también abordó lo relacionado con la efectividad de la garantía en bienes inmuebles. Tal vez uno de los puntos a examinar sobre el particular es la expresa referencia que hace la norma a la garantía sobre las líneas vitales del inmueble (infraestructura básica de redes, tuberías, o elementos que permiten la movilización de energía eléctrica y combustibles), al cual se le otorgó el mismo término (1 año) que al de los acabados; cuando por sus características, tal vez, el tiempo otorgado resulta insuficiente de cara al consumidor, más aún, si se tiene en cuenta las implicaciones que las líneas vitales tienen respecto del uso e incluso idoneidad del bien inmueble. Tal vez, habría sido mejor que este término de garantía fuera fijado por la Superintendencia de Industria y Comercio, haciendo uso de la facultad prevista en el numeral 16 del artículo 59 de la Ley 1480 de 2011.

Finalmente, llamamos la atención sobre la incongruencia que consideramos que se presenta en el párrafo segundo del artículo 13, pues la norma, cuando se refiere a la devolución del dinero debido a la efectividad de la garantía, en un primer momento señala que la transferencia del derecho real de dominio se deberá producir después del pago, para posteriormente, señalar que esta se tiene que hacer previo a la devolución del dinero.

DECRETO 1413 DE 2018 SOBRE PRESTACIÓN DE SERVICIOS QUE SUPONEN LA ENTREGA DE UN BIEN: ARTÍCULO 18 DE LA LEY 1480 DE 2011