

The Right and Consumer protection: A historical, evolutionary and jurisprudential vision
El derecho y la protección al consumidor: una visión histórica, evolutiva y
jurisprudencial¹

Juan Carlos Trujillo Mahecha²
cjp.decano@usbog.edu.co

Jaime Cubides-Cárdenas³
jcubides@usbog.edu.co.

Universidad de San Buenaventura, sede Bogotá (Colombia)

Recibido 19.10.2019

Aceptado: 16.12.2019

Abstract

This document seeks to identify the implications that the Social Rule of Law has generated about the legal building of the mechanisms of consumer protection, specially due to the fundamentals of this form of state, which generate conditions of equity and equality in favor of the subjects that find themselves in conditions of subordination within the law relations, as in the case of commercial relations, which seek to put on the same level the operational responsibilities between them. For this, this document will analyze theoretical bases that justify this kind of consumer protection, along with its normative evolution and development. Secondly, the jurisprudence of the Constitutional Court of Colombia (*Corte Constitucional Colombia*) will be analyzed. Finally, the document will review the regulation in Spain within the frameworks of the European Union, allowing to demonstrate how this kind of protection is an achievement both constitutional and as a way of extension of human rights, which are not circumscribed to the so-called generations, but derive from imperatives, such as dignity, that are likewise elements inherent to the Social Rule of Law, proving that, in light of the rapid evolution generated by globalization and the revolution in the TIC, the state is demanded with responses that permit regulating these interactions within the framework of constitutional, stable and fair legal systems.

Key Words: Social State of Law, Consumer Protection, Constitution and Human Rights.

¹ Artículo resultado de la línea de investigación: “Teoría del Derecho y Administración de Justicia” del grupo de investigación “Grupo Interdisciplinario de Estudios sobre Religión, Sociedad y Política (GIERSP)”, reconocido y categorizado en (A) por COLCIENCIAS registrado con el código COL 0046166 vinculado a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, adscrito y financiado por la Universidad de San Buenaventura, sede Bogotá.

² Economista, Abogado *Cum Laude*, Conciliador en Derecho y Justicia en Equidad, Especialista en Derecho de Policía, Magister en Criminología y Victimología, Doctor H.C. del Instituto Mexicano de Victimología (C. México), Doctor H.C. de la Academia de Peritos en Ciencias Forenses y Consultoría Técnica Legal, (Nayarit-México), Doctor en Derechos Humanos y en DIH de Logos International University (Florida-EEUU), Doctor H.C de la Sociedad Mexicana de Criminología Capítulo Nuevo León, (Aguascalientes-México). Doctor H.C. del Colegio de Abogados Procesalistas Latinoamericanos (C. México). Docente, conferencista y asesor nacional e internacional en asuntos de seguridad y defensa, miembro de la Asociación Colombiana de Criminología; miembro gestor Red Nacional de Psicología Jurídica y Forense (Buenos Aires-Argentina). Decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas y Director del programa de Derecho de la Universidad de San Buenaventura, sede Bogotá.

³ Abogado, y especialista en Derecho Público, especialista y Magister en Docencia e Investigación, Magister en Derecho, Investigador del Grupo Interdisciplinario de Estudios sobre Religión, Sociedad y Política (GIERSP), reconocido y categorizado en (A) por COLCIENCIAS registrado con el código COL0046166 vinculado a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, adscrito y financiado por la Universidad de San Buenaventura, sede Bogotá. Contacto: jcubides@usbog.edu.co.

Resumen

Este escrito busca identificar las implicaciones que ha generado el Estado Social de Derecho instituido a partir del año 1991 sobre la construcción jurídica de los mecanismos de protección al consumidor, especialmente, en razón a los pilares de esta nueva forma de poder y gobierno estatal, que generan condiciones de equidad e igualdad en favor de los sujetos que se encuentran en condiciones de subordinación dentro de las relaciones jurídicas. Siendo el caso de las relaciones de tipo comercial que buscan equiparar las cargas prestacionales entre los sujetos que materializan la operación o transacción. Es por ello que se analizarán bases teóricas que justifican este tipo de protección a los consumidores, junto con su evolución y desarrollo normativo. Seguidamente, se analizará la jurisprudencia de la Corte Constitucional Colombiana para finalizar con una revisión a la regulación española, inmersa en el marco de la Unión Europea. Lo anterior, permite evidenciar cómo este tipo de protección es un logro constitucional que evidencia una ampliación en el campo de aplicación y por consiguiente protección de los Derechos Humanos, no circunscrito a las denominadas generaciones, sino que se deriva de imperativos como la *dignidad*, principios inherentes al Estado Social de Derecho; esto permite verificar que ante la rápida evolución que genera la globalización y la revolución en las TIC's se demandan respuestas al derecho que permitan regular estas interacciones en el marco de principios dentro de ordenamientos jurídicos constitucionales estables y justos.

Palabras clave: Estado Social de Derecho, protección del consumidor, constitucionalización y derechos humanos.

Introducción

El objeto de estudio de las ciencias jurídicas, consiste en revisar y analizar los fenómenos jurídicos, esto es, se extiende más allá del simple análisis de la norma promulgada válidamente por el constituyente primario o derivado, pues permite realizar un análisis de los efectos exteriores de las conductas realizadas por el hombre. Dicha estructura normativa busca dar a cada quien lo que le corresponde en sentido general y abstracto, particularmente en aquellos casos en los que varios intereses confluyen dentro de unas mismas condiciones, estando sujeto a los permanentes cambios que se genera en la sociedad. No obstante, en la actualidad fruto de la globalización, es preciso tener en cuenta que los cambios experimentados por la humanidad, especialmente en la forma en que se interrelacionan los sujetos, ha generado nuevas tendencias o mutaciones conductuales que en muchos casos no alcanza a ser reglamentada por el derecho, pues este en ocasiones no ha logrado adaptarse completamente a los fenómenos comunicativos y sociales, lo que genera condiciones de desconocimiento y por consiguiente, vulneración a Derechos Humanos.

En el caso de las relaciones comerciales, particularmente en lo que concierne a las contraprestaciones entre el consumidor y el vendedor de bienes y servicios, es evidente que ha existido notoria evolución, superando modelos transaccionales como el trueque y aquellas relaciones de intercambio de tangibles por el hoy comercio electrónico, seguramente gracias a la revolución en las telecomunicaciones, que permanente e ininterrumpidamente adopta medios y herramientas en la interacción de personas, comunidades, sociedades y naciones del mundo globalizado. Estos cambios inciden en las relaciones de mercado, entre consumidores y

vendedores, transformando radicalmente la balanza o ecuación de demanda y oferta, al punto de lograr escenarios donde no es necesaria la mediación presencial entre uno y otro⁴.

Dichos cambios en las relaciones comerciales, generan cuestionamientos acerca de los derechos y su correspondiente protección dentro de estos nuevos modelos o espacios a los que los consumidores se ven involucrados, pues aspectos como la calidad, garantía, especificaciones y seguros de los productos, no resultan muy claros al momento de realizar operaciones y transacciones virtuales. Lo anterior, hace relevante el estudio de los mecanismos de protección, que salvaguarden al consumidor como la parte subordinada dentro de la relación contractual⁵.

En este punto, es preciso cuestionar *¿Cuál ha sido el desarrollo de los componentes jurídicos del derecho del consumo, para la protección efectiva al consumidor en el marco del Estado Social de Derecho?*, constituyéndose este interrogante en el objeto de estudio para así, exponer los componentes jurídicos de la protección jurídica del consumidor en el contexto de las nuevas formas de relaciones económicas y en el marco de las TIC's⁶.

Dicho desarrollo invita aplicar una metodología de carácter deductivo-analítico, en la cual, se partió de un análisis de fuentes bibliográficas y pronunciamientos judiciales que, a través de su correspondiente evolución, han permitido evidenciar los elementos generales de este tipo de protección. Lo anterior, permite establecer como lineamientos temáticos en un primer momento la descripción sobre los componentes de la protección del derecho al consumo o del consumo (Molina, 2003), (Morales Ortiz, 2017), (Barrientos Camus, 2011, 2014). Posteriormente, se presentará el análisis de las sentencias de la Corte Constitucional colombiana para relacionar el desarrollo jurisprudencial que en materia constitucional se ha proferido. Finalmente, se hará un acercamiento a la protección que se realiza en esta materia en España con el fin de evidenciar los fundamentos, desarrollos, retos y avances que para Colombia se presentan frente a la protección del consumidor con relación a los estándares internacionales. Dicho análisis permitirá contar con insumos necesarios para establecer la respuesta que esta rama del derecho en España ha brindado, sobre las nuevas formas de relaciones mercantiles que se materializan en la actualidad.

Del derecho del consumo. Acercamiento teórico a su definición integral

⁴ Como lo afirma (Díaz & Herrera, 2017): “Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han favorecido la aparición de nuevos canales de venta” (Díaz & Herrera, 2017, p. 5). Y concluyendo, que el uso del comercio electrónico es uno de los principales mecanismos para el desarrollo empresarial, pues es indispensable en el mundo de internet. Es evidente que internet facilita la labor de hacer negocios, ya que traspasa fronteras, reduce costes, precios, y garantiza una disponibilidad las 24 horas del día los 365 días del año. No obstante, eliminan el contacto directo entre empresas y clientes, lo cual genera desconfianza hacia este sistema” (Díaz & Herrera, 2017, p. 36).

⁵ Al respecto (Trujillo, 2018) afirma que es deber de los Estados indemnizar los daños antijurídicos causados. Para que tal daño sea reconocido, debe ser cierto, presente, determinado o determinable, anormal y jurídicamente protegida (p. 74).

⁶ Como lo señala (Chamie, 2013): “Es de rigor indicar también la gran importancia que la protección del contenido contractual ostenta en todos los contratos, y en particular en los del consumidor. Esta importancia se observa en su función de instrumento para el equilibrio contractual en relaciones asimétricas, o mejor, frente a la asimetría en la posición de las partes en la programación del contenido negocial, en especial en las relaciones de consumo que, como indica Roppo, constituyen el paradigma de los contratos basados en relaciones de mercado asimétricas. La relación de la protección contractual con el principio general de buena fe y de equidad en el derecho colombiano de los consumidores, es innegable. Por ahora, baste señalar que la equidad en este contexto puede significar la paridad de tratamiento, o asimismo la congruidad del precio, pero también el llamado a considerar la situación concreta y específica del consumidor” (Chamie, 2013, pp. 125-126)

En la relación mercantil, el consumidor se muestra como la parte extrema cuyo objetivo es participar en los mercados que tipifican teóricos y doctrinantes (de bienes y servicios, de trabajo o financiero -divisas, capitales, acciones, de bonos, de derivados o de seguros-), en tanto la otra parte, el proveedor o vendedor, es quien a cambio de dinero (precio), entrega o cede al consumidor un producto indistintamente el tipo de mercado (bien sea por competencia perfecta, monopolística u oligopolio), condición que materializa la operación de mercado como fenómeno social a través de las relaciones entre demanda y oferta, estas dos, estructuradas sobre la variable precio.

Este marco evidencia que el rol del consumidor es relevante, así como lo es el análisis de los derechos que deben ser reconocidos para las personas que ostentan esta calidad y los mecanismos de protección a los cuales tiene acceso, especialmente en razón a que:

“(...) incorpora los aspectos sociológicos para determinar quiénes deben ser considerados como consumidores en cada caso es aplicable en relación con las normas del Derecho de la competencia en sentido amplio, esto es, Derecho antitrust y regulación contra la competencia desleal, así como en materias de marcas” (Bercovitz Rodríguez-Cano, 2005, p. 21).

Por lo anterior, se puede analizar la evolución que han tenido los mecanismos de protección de los derechos inherentes al consumidor, los cuales se encuentran supeditados a las transformaciones que ha tenido el capitalismo, especialmente en los Estados Unidos con posterioridad a la Segunda Guerra Mundial, donde la industrialización entraba en una nueva fase de producción, donde se comenzó a repensar el rol del consumidor, gracias al discurso del 15 de marzo de 1962, pronunciado por el presidente Kennedy, en el cual afirmó que todos somos consumidores y defendía el derecho por tal condición se tiene a ser informados, a la seguridad, a escoger y ser oídos, (Consumer protection in the United States, 1962).

Surge así un hito en la evolución que dentro de la materia se había desarrollado en los Estados Unidos, el cual tiene como antecedentes “los proyectos de ley presentados en 1890 por abogados que promovían los derechos del consumidor catalogados como “consumeristas” (Cuellar, 2009, p. 79). Tales proyectos, aunque no se publicaron, fueron de gran utilidad para sustentar normas de protección al consumidor como *Pure Food and Drug Act* de 1906. Adicionalmente, durante todo el siglo XX se realizaron medidas administrativas para fomentar la protección al consumidor, como lo fue la creación en 1914 de la Federal Trade Commission.

Ahora bien, frente a la Comunidad Europea, se puede evidenciar como un antecedente la Carta Europea de protección de los consumidores de 1973, que consagra como prerrogativas en favor de los consumidores, entre otras:

“a) el derecho a la protección y a la asistencia de los consumidores; b) el derecho a la reparación del daño que resienta al consumidor por la circulación de productos defectuosos o por la difusión de mensajes engañosos o erróneos; c) el derecho a la información y a la educación; y d) el derecho de los consumidores a organizarse en asociaciones y a ser representados en diversos organismos, para expresar opiniones sobre decisiones políticas y económicas inherentes a la disciplina del consumo” (Ovalle Favela, 2005, p. 78).

Siendo una gama de derechos que asisten de forma integral a los consumidores, los cuales se obtienen como fruto de la evolución normativa y social surgida al interior de la Comunidad Europea, tal como se puede verificar en la siguiente tabla.

Tabla 1. Normas de la Comunidad Europea sobre derechos del consumidor

Norma	Contenido
Programa Preliminar de la Comunidad Económica de Protección al Consumidor - 1975	Aprobación del principio de una política de protección e información de los consumidores, así como los principios, objetivos, y la descripción general de las acciones a que deban emprenderse a escala comunitaria definidos en el programa preliminar adjunto.
Acta Única Europea - 1986	La Comisión, en sus propuestas previstas en el apartado 1 referentes a la aproximación de las legislaciones en materia de salud, seguridad, protección del medio ambiente y protección de los consumidores, se basará en un nivel de protección elevado.
Tratado de la Unión Europea	Una contribución al fortalecimiento de la protección de los consumidores, La Comunidad contribuirá a que se alcance un alto nivel de protección de los consumidores mediante: a) medidas que adopte en virtud del artículo 100 A en el marco de la realización del mercado interior; b) acciones concretas que apoyen y complementen la política llevada a cabo por los Estados miembro a fin de proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores, y de garantizarles una información adecuada.
Directiva 84/450/CEE	Relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembro en materia de publicidad engañosa.
Directiva 2005/29/CE	Relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior.
Directiva 2006/114/CE	Con la realización del mercado interior, la variedad de la oferta aumenta cada vez más. Dada la posibilidad y la necesidad de que los consumidores y los comerciantes obtengan el máximo beneficio del mercado interior, y que la publicidad es un medio muy importante para abrir, en toda la Comunidad, salidas reales a todos los bienes y servicios, las

	<p>disposiciones esenciales que determinan la forma y el contenido de la publicidad comparativa deben ser uniformes y las condiciones de utilización de la publicidad comparativa en los Estados miembro deben armonizarse. Si se cumplen estas condiciones, contribuirán a demostrar objetivamente las ventajas de los distintos productos comparables. La publicidad comparativa también puede estimular la competencia entre los proveedores de bienes y servicios en beneficio del consumidor.</p>
--	--

Fuente: Elaboración propia (2019) a partir de las normas consultados

Los anteriores instrumentos legales, han permitido robustecer la estructura del derecho del consumo, el consumidor, el mercado, los bienes y servicios y la oferta y la demanda.

Adicionalmente, dentro de las garantías que integran el derecho del consumo se encuentra “la seguridad como un derecho irrenunciable para el consumidor, la cual se traduce como un deber para el proveedor” (Barrientos Camus, 2014, p. 416); “la garantía legal o derecho de opción en el ámbito del consumo es la protección jurídica que tiene el consumidor frente a los vicios de las cosas” (Barrientos Camus, 2011, p. 359).

Sumado a lo anterior, a nivel global se ha promulgado un número plural de directrices encaminadas a la protección al consumidor por parte de la Organización de Naciones Unidas, en las cuales se ha estipulado que “corresponde a los Estados miembro formular, fortalecer o mantener una política enérgica de protección del consumidor, teniendo en cuenta las directrices que figuran más adelante y los acuerdos internacionales pertinentes” (ONU, 2016, N° 4), estipulándose como directrices:

“i) Construcción de políticas públicas para la protección del consumidor; ii) promover la seguridad física de los consumidores; promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores; normas para la seguridad y calidad de los servicios y bienes de consumo; sistemas de distribución de servicios y bienes de consumo esenciales; programas de educación e información, y promoción del consumo sostenible” (ONU, 2016, N° 4).

En el caso del ordenamiento colombiano, se promulgó el Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011), que consagra como derechos de los consumidores la calidad en los productos, buscando que se garantice “recibir el producto de conformidad con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado” (Ley 1480, art. 3). Adicionalmente, se establece como derecho la garantía de los productos (legal y suplementaria), entendida como aquella “obligación temporal, solidaria a cargo del productor y el proveedor, de responder por el buen estado del producto y la conformidad de este con las condiciones de idoneidad, calidad y seguridad legalmente exigibles o las ofrecidas” (Ley 1480, art. 5).

En concordancia con lo anterior, se precisa el derecho a ser protegido de los posibles riesgos que se puedan generar tanto para su salud y seguridad entendido como “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” (Ley 1480,

art. 3), contemplando también la información como un derecho que incluso se proyecta como un principio que irradia todo el Estatuto.

Esta estructura normativa también se ha pronunciado ante las nuevas formas de relaciones mercantiles, siendo el caso, por ejemplo, del comercio electrónico, donde se estipularon derechos específicos para los consumidores de esta modalidad de mercado. Entre ellos, se encuentran el derecho de retracto, reversión del pago y la protección de los datos personales del consumidor.

Una mirada constitucional al derecho del consumidor

En relación al Derecho del Consumo, la máxima corporación constitucional ha construido una línea jurisprudencial con sus pronunciamientos en esta materia desde el año 2000, los cuales se han ido robusteciendo en la última década y el avance de las relaciones comerciales. Uno de los grandes precedentes en esta materia se evidencian en la Sentencia de Tutela ST-543 de 2017, en la cual se desarrolló gran contenido jurídico sobre la protección al consumidor y la tutela a los derechos de los mismos.

La precitada corporación se pronunció sobre los fundamentos constitucionales de la protección del consumidor, según los cuales, se obliga al Estado a equiparar las cargas prestacionales que se contraponen en las relaciones mercantiles, pues en muchos casos es evidente que el consumidor se encuentra en una condición desfavorable respecto del vendedor de bienes y servicios. Al respecto, en la Sentencia de Constitucionalidad C-1141 de 2000, la Corte Constitucional parte del fundamento constitucional de la protección del consumidor bajo el principio de igualdad, buscando equiparar las cargas entre los extremos de la relación mercantil, esto es, entre productores y distribuidores frente al consumidor.

La Corte aclara que la protección constitucional a los derechos del consumidor es de carácter declarativo y su contenido se encuentra consignado en la ley, los decretos, los reglamentos vigentes en esta materia y los contratos en los que se encuentran establecidas las relaciones prestacionales en materia mercantil.

De este modo el derecho del consumidor parte de un marco constitucional:

“(..), a la ley se confía el cometido dinámico de precisar el contenido específico del respectivo derecho, concretando en el tiempo histórico y en las circunstancias reales el nivel de su protección constitucional. El significado de un determinado derecho y su extensión, por consiguiente, no se establece sólo por la Constitución” (Corte Constitucional, Sentencia C-1141, 2000)⁷.

En este contexto, la citada corporación aclara que la relación que se presenta entre el consumidor y el productor o distribuidor no se limita a la transferencia de los bienes y servicios⁸, siendo esta el objeto principal del derecho del consumidor, sino que se trata de una relación periódica en la cual el servicio obtenido, debe ser duradero, advirtiendo este máximo tribunal que “El derecho del consumidor cabe advertir, tiene carácter poliédrico” (Corte Constitucional, C-1141 de 2000).

⁷ El papel del legislador consiste en determinar los procedimientos más idóneos para hacerla efectiva.

⁸ El legislador debe tener en cuenta que las relaciones comerciales son asimétricas y traen consigo relaciones desiguales. Pues, el productor goza de una posición preponderante del productor pues a él compete la elaboración del bien o la modelación del servicio, imponiendo condiciones para su funcionamiento y utilización, así como de la ventaja del distribuidor o proveedor en razón de su dominio de los canales de comercialización de los bienes y servicios.

En este fallo constitucional, la Corte establece los elementos importantes del derecho del consumo, haciendo énfasis en la importancia de la calidad de los bienes y servicios que se ofertan, además de la información adecuada y pertinente para el consumidor, considerándolos como derechos de carácter sustancial. Por otro lado, exalta la existencia dentro de esta gama de derechos, de aquellos concernientes al acceso a mecanismos administrativos y judiciales para ejercer un debido control a los bienes y servicios adquiridos por los consumidores, sin pasar por alto que fruto de los cambios introducidos a partir de 1991 con el reconocimiento del Estado Social de Derecho se les otorga a los consumidores también escenarios de participación en la administración pública y los órganos reguladores con el fin que ejerzan efectivamente sus derechos.

En este sentido, se materializa una responsabilidad (objetiva o solidaria) del productor y distribuidor frente a la calidad y la garantía de los productos que integran la cadena del mercado. De manera que el crecimiento exponencial en las relaciones mercantiles ha generado la necesidad de la intervención del Estado para generar espacios en los cuales los consumidores puedan ejercer efectivamente sus derechos, en los escenarios donde exista daño antijurídico imputable al productor y distribuidor.

Al respecto, la Corte menciona que la responsabilidad imputada a los productores y distribuidores no se fundamenta exclusivamente en una relación contractual entre el consumidor y ellos, sino en el bien o servicio ofertado; pues examinando la cadena que se presenta entre el distribuidor y el consumidor final puede involucrar varias fases. Así lo dice la corporación al precisar que:

“La responsabilidad del productor y del distribuidor surge ex constituciones y puede por ello ser deducida por el consumidor del producto o el usuario, con independencia de que exista o no un vínculo contractual directo con los primeros. En este sentido, las garantías atinentes a la calidad o idoneidad de los bienes y los servicios, no se ofrecen exclusivamente al primer adquirente; ellas se disponen frente a la categoría de los consumidores y usuarios” (Corte Constitucional, Sentencia C-1141, 2000).

Dentro de estas obligaciones por parte del productor se desprende una específica enmarcada al control que se desarrolla en la cadena de producción de los bienes y los servicios, pues a consideración de la instancia Constitucional el productor obtiene una ganancia por su intervención dentro de la cadena de producción, razón por la cual debe asumir los correspondientes riesgos que se puedan presentar a causa de las fallas y demás imperfecciones suscitadas en el producto final. Por ello, la Corte afirma que:

“suprimir al productor como sujeto pasivo de las acciones de garantía equivale a anular las garantías concedidas o presupuestas, sean éstas de orden legal o convencional. La regulación procesal que produzca este efecto, en lugar de promover la realización del derecho sustancial, lo aniquila” (Corte Constitucional, Sentencia C-1141, 2000).

Dentro de estas relaciones prestacionales se evidencia que, ante el incumplimiento de las obligaciones del productor y distribuidor, el consumidor cuenta con el derecho de resarcimiento, fundamentado por este máximo tribunal en:

“Los defectos de los productos y servicios no son indiferentes para el consumidor y el usuario, pues las lesiones que generan pueden afectar su vida, su integridad física y su salud. De ahí que el derecho del consumidor reconozca como elemento de su esencia el derecho a obtener de los productores y distribuidores profesionales, el resarcimiento de los daños causados por los defectos de los productos o servicios, con el fin de garantizar su uso” (Corte Constitucional, Sentencia C-1141, 2000).

Otras de las amenazas que constitucionalmente protege al consumidor, es en relación con aquellos productos nocivos a la salud, mas aun teniendo en cuenta como fruto del desarrollo jurisprudencial y mediante la Ley 1751 de 2015 que consagra como derecho fundamental a la salud, categorización que no solo implica responsabilidades a cargo del Estado sino también en cabeza de los particulares, como es el caso de los productores y distribuidores de bienes y servicios que puedan afectar a los consumidores. Siendo muy claro para este tribunal la necesidad de que en casos donde se comprueben estas circunstancias no se mantenga el anonimato (entendido como velo corporativo), sino por el contrario, es necesario hacer público estos eventos para proteger a los consumidores, dejando en un segundo plano las repercusiones económicas que puedan generarse, pues para la Corte, “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” (Corte Constitucional, Sentencia C-1141, 2000). De este modo:

“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” (Corte Constitucional, Sentencia C-1141, 2000).

Otro de los derechos que es desarrollado legislativamente debido a los postulados constitucionales sobre la protección de los consumidores, se trata de la información, la cual es de dominio y responsabilidad del productor, a lo que la Corte ha precisado:

“La relacionada con el producto mismo -características técnicas, origen, modo de fabricación, componentes, usos, volumen, peso, medida entre otras-, por su parte, es también coherente que se aluda al proveedor o al prestador de un servicio como responsable de la información de su dominio relacionada con la denominada por el Decreto 3466 de 1982 propaganda con incentivos (artículo 16) -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” (Corte Constitucional, Sentencia C-1141, 2000).

Previo recaudo de lo citado, el panorama constitucional sobre la protección del consumidor está íntimamente relacionado con los fundamentos del Estado Social de Derecho, especialmente, teniendo en cuenta que se tiene la exigencia sobre el esfuerzo para la construcción de las condiciones indispensables para asegurar a todos los habitantes, el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida. Entre las manifestaciones específicas, se encuentran los mandatos dirigidos a la promoción de la igualdad real y efectiva mediante la prohibición de discriminación, la adopción de una serie de medidas a favor de los grupos marginados o discriminados, la protección a las personas que por su condición económica, física o mental se encuentren en circunstancias de vulnerabilidad manifiesta y el dar pleno empleo y asegurar de manera progresiva que las personas, en particular las de menores ingresos, tengan acceso efectivo al conjunto de los bienes y servicios básicos.

“La concepción de igualdad material que inspira el Estado Social de Derecho⁹ guía las tareas para corregir las desigualdades existentes, promover la inclusión y la

⁹ A *contrario sensu* Trujillo (2018a) “expresa Estado Social de Derecho, en el que la fática permite inferir que no hay un cambio en el fortalecimiento de las relaciones, sino, por el contrario, una permanente tensión que conlleva la ruptura de las relaciones” (Trujillo, 2018a, p. 21).

participación, y garantizar a las personas o grupos en situación de segregación el goce efectivo de sus derechos fundamentales” (Corte Constitucional, C-359, 2013).

Radicándose en principios como:

“la defensa de la justicia material y la eficacia de los derechos de las personas constituye una línea de conducta determinante y obligatoria para todas las autoridades, dentro de las cuales y, de manera especial, para el juez constitucional al interpretar las normas sometidas al control de constitucionalidad” (Corte Constitucional, Sentencia C-820, 2006)¹⁰.

Una mirada al caso español: comparación en la protección del consumidor

La Unión Europea tiene el deber de regular de manera homogénea la naturaleza jurídica, los deberes y las responsabilidades de las plataformas colaborativas. Ello no es óbice para el fomento de la adopción de medidas voluntarias de protección del consumidor por parte de tales plataformas en línea (mayores controles de acceso, adhesión a códigos de conducta, implantación de sistemas de evaluación transparentes, etc.), en el caso español, se cuanta con la siguiente legislación sobre la protección al consumidor.

Tabla 2. Relación normas de protección del consumidor dentro del ordenamiento español

Norma Jurídica	Contenido
Ley 26 de 1984, de 19 de julio	General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios
Ley 14 de 1986	General de Sanidad
Ley 34 de 1988, de 11 de noviembre	General de Publicidad
Ley 16 de 1989, de 17 de julio	Defensa de la Competencia
Ley 3 de 1991, de 10 de enero	Competencia Desleal
Ley 7 de 1995, de 23 de marzo	Crédito al Consumo
Ley 22 de 1994, de 6 de julio	Responsabilidad Civil por los Daños causados por Productos Defectuosos
Ley 7 de 1998, de 13 de abril	Condiciones Generales de la Contratación
RD 50 de 1993, de 15 de enero	Control Oficial de los Productos Alimenticios
RD 1945 de 1983, de 22 de junio	Infracciones y Sanciones en materia de Defensa del Consumidor y de la Producción Agroalimentaria
RD 212 de 1992, de 6 de marzo	Norma General de Etiquetado, Presentación y Publicidad de los Productos Alimenticios
RD 636 de 1993, de 3 de mayo	Medidas Adicionales sobre el Control Oficial de Productos Alimenticios

¹⁰ Precisamente, el carácter y la plena eficacia normativa de la Constitución supone la vinculación directa e imperativa de los jueces, tribunales y demás operadores jurídicos” (Corte Constitucional, Sentencia C-820, 2006)

RD 381 de 1984, de 25 de enero	Reglamentación Técnico-Sanitaria del Comercio Minorista de Alimentación
Arts. 363, 364, 365, 367; 281-286; 621; 12 y 152 del	Protección penal
Arts. 1902 y ss.	Regulación contractual y otros de orden civil
<p>Análisis</p> <p>Se puede afirmar categóricamente, que cuando existen ordenamientos jurídicos con pluralidad de cuerpos legales que deben ser analizados de forma sistemática, no es tan fácil la protección al consumidor; la mejor respuesta es consolidar un solo cuerpo legal o un único estatuto que regule todas las cuestiones o que sirva como un marco unificado para que los consumidores conozcan el catálogo de sus derechos y deberes. Que los Estados tengan un número elevado de normas, no significa un mayor grado de protección al consumidor como se evidencia en América Latina, y específicamente en Colombia, donde pareciera que la única salida es la proliferación de leyes, queda demostrado que la hiperinflación normativa¹¹, lo que genera es una desprotección o una inseguridad jurídica de los objetos materia de protección.</p>	

Fuente: Elaboración propia a partir de las normas consultadas

Conclusiones

A través de esta disertación, se evidencia que la protección del consumidor ha estado a la par de la evolución de las relaciones mercantiles en las que hace parte, pero que con posterioridad a la consolidación del Estado Social de Derecho presentó un aumento considerable en las garantías en favor del consumidor, especialmente en relación con la aparición de catálogos en derechos humanos que involucran este tipo de relaciones, lo que conlleva a establecer la existencia de un espíritu pro-consumidor que no quiere generar inestabilidad económica sino equilibrar las cargas prestacionales de esta, logrando verificar que Colombia a la par del desarrollo europeo está en un nivel aceptable pero no ideal, que amerita mayor profundización.

Los derechos de los consumidores como conjunto de garantías que regulan las relaciones de consumo y mercado, entre dos o más sujetos bien sea por medios de intercambio, compra o venta de bienes y servicios, debe procurar la simetría que finalmente es el sentido y alcance del ordenamiento jurídico, más allá de la normatividad pro-consumidor, que parece buscar una justicia y equidad en favor del extremo débil de la ecuación que es el consumidor, situación que se potencializa cuando el Estado Social de Derecho, busca la justicia social y la prevalencia de la *dignidad humana*.

Parafraseando a la Corte Constitucional de Colombia, el derecho del consumidor tiene diferentes caras, por eso se argumenta su carácter poliédrico que hace que su objeto incorpore pretensiones, intereses y situaciones de *orden sustancial* (calidad de bienes y servicios; información); de *orden procesal* (exigibilidad judicial de garantías; indemnización de perjuicios por productos defectuosos; acciones de clase etc.); y de *orden participativo* (frente a la administración pública y a los órganos reguladores).

¹¹ Como lo señala Arbeláez (2012): “La Hiperinflación Normativa: es la solución legalista a todos los problemas. Estos se traducen en ‘la expedición de normas en Colombia, como un subproducto del formalismo que la caracteriza, se distingue por la proliferación, la desorganización y la falta de planificación, que degeneran en inseguridad jurídica’” (p. 135).

Referencias

- Arbeláez, N. (2012). "El irrespeto del ordenamiento jurídico en Colombia no es una cuestión de normas sino de voluntad política". (Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Colombia).
- Barrientos Camus, F. (2011). Derecho del Consumo. *Revista de Derecho Privado*, (16), p. 4.
- Barrientos Camus, F. (2014). Derecho del Consumo. *Revista Chilena de Derecho Privado*, (23), p. 415.
- Barrientos Camus, F. (2012). Derecho del Consumo. *Revista Chilena de Derecho Privado*, (18), p. 215.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, R. (2005). "El concepto de consumidor. En: Azparren Lucas, A., (Dir.). *Hacia un Código del consumidor*". (Manuales de Formación Continuada, 34), p. 38.
- Cámara Lapuente, S. (2011). "Comentarios a los artículos 1-7 del TRLGDCU". En: Cámara Lapuente, S., (Dir.). *Comentarios a las normas de protección de los consumidores: Texto Refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, (Madrid, Colex), p. 203.
- Collins, A., & Halverson, R. (2018). *Rethinking education in the age of technology: The digital revolution and schooling in America*. Teachers College Press.
- Corte Constitucional de Colombia. (2000). Sentencia C-1141.
- Corte Constitucional de Colombia. (2006). Sentencia C-820.
- Corte Constitucional de Colombia. (2013). Sentencia C-359.
- Corte Constitucional de Colombia. (2017). Sentencia T-543.
- Cuellar, J. C. V. (2009). Aspectos introductorios al derecho del consumo. *Prolegómenos*, 12(24), pp. 77-95.
- Chamie, J. (2013). Principios, derechos y deberes en el derecho colombiano de protección al consumidor. *Revista de Derecho Privado*, (24), p. 132.
- Chartier, R. (2018). *Las revoluciones de la cultura escrita*. Editorial Gedisa.
- Díaz & Herrera, (2017) *El Comercio Electrónico E-Commerce*. Memoria del trabajo fin de grado de economía. Universidad de La Laguna.
- Directiva (2006)114/CE.
- Directiva 84/450/CEE.
- Directiva (2005). 29/CE.
- Fernández, L. (2018). Beneficios de la revolución digital. *Agenda de la empresa andaluza: ideas, personas e instrumentos para dirigir la empresa*, (232), p. 67.
- Molina, D. M. (2003). Derecho de consumo. *Foro Revista de Derecho*, (2), 209.
- Morales Ortiz, M. E. (2017). Derecho de Consumo. *Revista chilena de derecho privado*, (29), p. 335.

- Neffa, J. C. (1999). Crisis y emergencia de nuevos modelos productivos. De la Garza, E. (comp.) *Los retos teóricos de los estudios del trabajo hacia el siglo XXI*. Buenos Aires-Argentina: CLACSO.
- Pérez Bustamante, L. (2004). *Derechos del Consumidor*. Buenos Aires- Argentina: Editorial Astrea.
- Smith, A. (1794). *La riqueza de las naciones* (Vol. 1).Valladolid.
- Trujillo, J. C. (2018). "Criminología y su funcionalidad frente a la Responsabilidad de los Estados". En: Lemus, D (Coord. y Comp.) *Investigaciones de frontera en materia jurídico- forense. Nuevas perspectivas de investigación*. Editorial Flores. México, pp. 71-79.
- Trujillo, J. C. (2018). Procesos de paz y justicia restaurativa, éxodo al cambio. En: *Desafíos en seguridad para América Latina, gestión de riesgos y amenazas emergentes*. Memorias del Congreso Internacional "Desafíos en Seguridad para América Latina, gestión de riesgos y amenazas emergentes", Bogotá- Colombia, p. 29.