

Carlos Mario
De la Espriella Oyola¹
Margarita Irene
Jaimes Velásquez²
Berónica Narvárez Mercado³

El nuevo Estatuto del Consumidor: análisis de su promoción y conocimiento en el municipio de Sincelejo*

The new Statute of the Consumer: analysis of his promotion and knowledge in the municipality of Sincelejo

Recibido: 12 de mayo de 2016 / Aceptado: 19 de julio de 2016

<http://dx.doi.org/10.17081/just.22.31.2601>

Palabras clave:

Autoridades, Educación,
Estatuto del Consumidor,
Promoción.

Key words:

Authorities, Education,
Statute of the Consumer,
Promotion.

Resumen

Este artículo muestra los resultados originales de investigación obtenidos de la ejecución de la fase 1 (análisis situacional) del conocimiento que la población del municipio de Sincelejo tiene respecto a los derechos, deberes y rutas de protección previstos en el nuevo Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011) durante el periodo de su vigencia. Los resultados que se muestran en este artículo, surgieron como respuestas de la siguiente pregunta de investigación: ¿cuál es el grado de conocimiento que la población del municipio de Sincelejo tiene respecto sus derechos y deberes como consumidores, y de las autoridades y procedimientos administrativos y judiciales de protección, en el periodo de vigencia del nuevo Estatuto del Consumidor?

Abstract

This article shows original research obtained from the implementation of phase 1 (situation analysis) of the population of the municipality of Sincelejo knowledge with respect to the rights, duties, and routes of protection provide for in the new Consumer Statute (Law 1480 of 2011). The results that are shown in this article, emerged as responses from the following research problem: What is the degree of knowledge of the population of the municipality of Sincelejo regarding their rights and responsibilities as consumers, and the authorities administrative and judicial procedures of protection, the period of validate of the new Statute of the Consumer?



Referencia de este artículo (APA): De la Espriella, C., Jaimes, M. & Narvárez, B. (2017). El nuevo Estatuto del Consumidor: análisis de su promoción y conocimiento en el municipio de Sincelejo. En *Justicia*, 31, 103-115. <http://dx.doi.org/10.17081/just.22.31.2601>

* Artículo de investigación inédito que muestra los resultados originales de investigación de, ejecutada en el proyecto de investigación vinculado al Grupo de Investigación Socio Jurídico de CECAR - GISCER, denominado: "Fortalecimiento local de los derechos de los consumidores: promoción y protección de los derechos del consumidor, en la ciudad de Sincelejo, en el marco del nuevo Estatuto del Consumidor, periodo 2015-2016", financiado por el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación - Colciencias, mediante convocatoria No. 661, 2014, ejecutado en alianza estratégica por la Universidad de Cartagena, Universidad Sergio Arboleda de Santa Marta y la Corporación Universitaria del Caribe-CECAR, Sincelejo.

1 Abogado y especialista en Derecho Administrativo y en Derecho Procesal Civil de la Corporación Universitaria del Caribe-CECAR, Colombia. Magister en Derecho con énfasis en Derecho Administrativo de la Universidad Externado de Colombia. Miembro del Capítulo Sucre del Instituto Colombiano de Derecho Procesal. Docente Investigador de Tiempo Completo del Grupo de Investigación Socio Jurídica - GISCER. carlos.delaespriella@cecar.edu.co

2 Abogada de la Universidad del Atlántico. Docente investigadora de la Facultad de Derecho de la Corporación Universitaria del Caribe-CECAR. Integrante del grupo de investigación GISCER. Especialista en Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario de la ESAP, Colombia, con estudios en Derechos Humanos en el Instituto Raoul Wallenberg de la Universidad de Lund (Suecia). Estudiante del programa de DH del Instituto Interamericano de Derechos Humanos (Costa Rica). Maestra en Educación de los Derechos Humanos del Centro Regional para la Educación de Adultos en América Latina y el Caribe - CREFAL, México. margarita.jaimes@cecar.edu.co

3 Abogada de la Universidad Libre de Bogotá, Colombia. Especialista en Gestión de Proyectos (GBSS) de la Cámara de Industrias de San José, Costa Rica. Auditora Interna Certificada BASC, San José, Costa Rica. Magister en Administración y Derecho Empresarial (MBA) de la Universidad Libre de San José, Costa Rica. Doctorante (CPhD) en Derecho de la Universidad Libre de, Colombia. Consultora, Abogada Litigante (Derecho Privado). Docente Investigador de Tiempo Completo del Grupo de Investigación Socio Jurídica - GISCER beronica.narvaez@cecar.edu.co

INTRODUCCIÓN

El 12 de abril de 2012 entró a regir en Colombia el nuevo Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011), el cual "... tiene como propósito general proteger, promover y garantizar los derechos de los consumidores..." (Amador, 2013, p.129) e impone a las autoridades, entre otras obligaciones, la de promover en la población colombiana el conocimiento de los derechos y deberes que le asisten como usuarios y consumidores, así como de las autoridades competentes los mecanismos administrativos y judiciales de protección.

En ese contexto, el nuevo Estatuto del Consumidor le atribuye a la Superintendencia de Industria y Comercio, la función de difundir en el ámbito nacional "... el conocimiento de las normas sobre protección al consumidor..." (Numeral 10, Artículo 59, Ley 1480 de 2011).

Estas disposiciones se enmarcan dentro de la política pública de protección y promoción de los derechos de los consumidores impulsada por el Estado colombiano (Ley 1480 de 2011, Artículo 76), la cual tiene como objetivo remediar las desigualdades fácticas que existen entre los actores de la cadena de consumo (productores, proveedores y consumidores), pues el consumidor "... es entendido como sujeto débil, pero a la vez protagonista principal de las relaciones de mercado..." (Correa, 2013, p.103). Como lo afirma Vega (2001, citando a Stiglitz):

Existe, según indican, una suerte de soledad del consumidor, pues este, aisladamente, es un ser desarmado. (...) su ignorancia sobre cómo debe actuar cuando son vulnerados, la ausencia de co-

nocimientos técnicos y jurídicos, su falta de recursos para invertir en un abogado y reconocerse menos por su falta de información, la exigüidad de la lesión, el carácter misterioso de la justicia, la lentitud de la justicia, los gastos, etc., contribuyen a que su aislado propósito de reclamo caiga en un saco roto y que antes de formular sus quejas y defender sus derechos, inclusive, renuncie a cualquier intento de atravesar por todo este tortuoso camino. (p.177)

En cumplimiento de esta política pública y de las normas jurídicas referenciadas, la Superintendencia de Industria y Comercio ha promovido el nuevo Estatuto del Consumidor en todo el territorio nacional, a través de varias estrategias como las Casas del Consumidor, las Unidades Móviles o Buses con tecnología de punta para la orientación y atención de los usuarios y consumidores, Portal WEB, aplicativos móviles, aplicación de encuestas estructuradas y semiestructuradas para diagnosticar el estado actual de protección del consumidor en Colombia y el Fondo de Proyectos de Protección al Consumidor, COSUFONDO, que tiene como objeto financiar con recursos no reembolsables iniciativas que contribuyan a la protección de los consumidores (Superintendencia de Industria y Comercio, 2014, pp.27-30).

A cinco años de vigencia del nuevo Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011), es necesario medir el impacto que en el municipio de Sinclejo han tenido las estrategias de promoción que hasta la fecha ha ejecutado la Superintendencia de Industria y Comercio, para formular recomendaciones que contribuyan al mejora-

miento de la política pública de promoción y protección de los derechos de los consumidores.

Una de las formas de saber el impacto que las estrategias de promoción y divulgación empleadas por la Superintendencia de Industria y Comercio ha tenido en el municipio de Sincelejo, es midiendo el grado de conocimiento que la población de dicho territorio tiene acerca de sus derechos y deberes como consumidores, y de las autoridades y mecanismos administrativos y judiciales de protección.

En una exploración realizada, no encontramos resultados de investigaciones académicas que den cuenta del grado de conocimiento que la población del municipio de Sincelejo tiene de los derechos, deberes y rutas de protección previstos en el nuevo Estatuto del Consumidor.

En este contexto, el objeto de este artículo es mostrar los resultados originales de investigación obtenidos de la ejecución de la fase 1 respecto al conocimiento que la población del municipio de Sincelejo tiene sobre los derechos, deberes y rutas de protección previstos en el nuevo Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011), realizado en el proyecto de investigación: “Fortalecimiento local de los derechos de los consumidores: promoción y protección de los derechos del consumidor, en la ciudad de Sincelejo, en el marco del nuevo Estatuto del Consumidor, periodo 2015-2016”, el cual hace parte del “programa de fortalecimiento de las capacidades regionales y locales de los consumidores: promoción del marco jurídico de las competencias establecidas en el nuevo Estatuto del Consumidor (alcaldes, asociaciones de consumidores y consultorios ju-

rídicos en Santa Marta, Cartagena y Sincelejo) periodo 2015-2016”, financiado por Colciencias, mediante convocatoria No. 661, 2014, ejecutado en alianza estratégica por la Universidad de Cartagena, la Universidad Sergio Arboleda de Santa Marta y la Corporación Universitaria del Caribe-CECAR, Sincelejo, cuyo objetivo general es: “Promover el fortalecimiento de los derechos de los consumidores en tres ciudades de la costa Caribe colombiana (Cartagena, Santa Marta y Sincelejo), a partir de la educación, protección, garantía y defensa en el ejercicio de sus derechos económicos en el marco de las prerrogativas establecidas en el nuevo Estatuto del Consumidor en el periodo 2015-2016”.

En las relaciones de consumo “... intervienen personas de muy diversa índole, las cuales además implementan una serie de funciones más o menos definidas y complejas según la estructura de la propia red distributiva y el entramado de relaciones que existen entre ellas” (Fontcuberta, 2009, p.41). Desde esta perspectiva, en las relaciones de consumo, se distinguen tres actores: el productor, el proveedor y el consumidor o usuario. El productor es la persona natural o jurídica que de manera habitual, diseña, produce, fabrica, ensambla o importa productos sujetos a reglamento técnico o medida sanitaria o fitosanitaria (Numeral 9, Artículo 5, Ley 1480 de 2011). Por su parte, el proveedor o expendedor, es quien de manera habitual, ofrece, suministra, distribuye o comercializa productos con o sin ánimo de lucro (Numeral 11, Art. 5 Ley 1480 de 2011).

A su turno, el consumidor, según la doctri-

na se debe definir en un sentido estricto y en un sentido amplio. En sentido estricto, por consumidor se entiende al destinatario de los bienes y servicios del mercado, que adquiere para su uso personal, familiar o doméstico (Paniagua & Miranda, 2012, p.47). No obstante, en su acepción amplia, se define como todas las personas (incluidos los empresarios y profesionales) que adquieren bienes o servicios en el mercado (Paniagua & Miranda, 2012, p.47).

De estas dos acepciones, el numeral 3 del artículo 5 del nuevo Estatuto del Consumidor colombiano (Ley 1480 de 2011) adoptó la concepción estricta o restringida, en los siguientes términos:

3. Consumidor o usuario. 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.

A favor de estos consumidores, el nuevo Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011) contiene un listado enunciativo de derechos, relacionados con la garantía legal, productos de calidad, información, representación, asociación, protección frente a la publicidad engañosa y a las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, entre otros de similar naturaleza.

Por ministerio de la Ley 1480 de 2011, esta gama de derechos debe ser objeto de promoción, lo cual debe materializarse a través de la

educación y pedagogía que de ellos se haga a la población.

Este deber de promoción previsto en el nuevo Estatuto del Consumidor, se inscribe en la tendencia mundial. Así, en el contexto internacional encontramos que en la Unión Europea, el día 22 de mayo de 2012, se estableció una Agenda del Consumidor Europeo, que contiene cuatro objetivos principales, uno de los cuales se refiere al aumento de la promoción e información de los derechos de los consumidores, el cual se establece en los siguientes términos:

Incrementar la información: Hacer frente a la creciente complejidad de los mercados, donde los consumidores necesitan las herramientas adecuadas y la información para comprenderlo todo acerca de los gastos reales del crédito al consumo y saber encontrar el lugar adecuado para formular reclamaciones. Esto es importante tanto para los consumidores como para los comerciantes, y el papel de las organizaciones de consumidores es clave. (Comisión Europea, Comunicado de Prensa del 22 de mayo de 2012)

En cumplimiento de esta Agenda, el Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea, mediante Reglamento No. 254 del 26 de febrero de 2014, establecieron el Programa Plurianual de Consumidores por el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2014 y el 31 de diciembre de 2020, el cual señala que su objetivo general es: "... garantizar un elevado nivel de protección de los consumidores, capacitar a estos y situarlos en el centro del mercado" (Reglamento Europeo y Consejo de la Unión Europea, 2014 No. 254, Artículo 2).

Para alcanzar este objetivo general, el referido Reglamento traza como uno de sus objetivos específicos, la promoción, educación e información de los derechos de los consumidores; y el apoyo a las organizaciones de consumidores (Reglamento Europeo y Consejo de la Unión Europea, 2014 No. 254, Artículo 3, Numeral 1, Literal b).

En el ámbito latinoamericano, la Declaración Presidencial de los Derechos Fundamentales de los Consumidores del MERCOSUR, firmada en Florianópolis – Brasil, el día 15 de diciembre del año 2000, consagra como uno de los derechos fundamentales de los consumidores, a la educación para el consumo, en el siguiente tenor literal:

La defensa del consumidor en el MERCOSUR, contemplará los siguientes derechos fundamentales, sin exclusión de otros y teniendo en consideración el compromiso de armonizar progresivamente las respectivas legislaciones:

(...) f) a la educación para el consumo y al fomento en el MERCOSUR del desarrollo de entidades que tengan por objeto la defensa del consumidor.

Para Stiglitz (2013), esta declaración presidencial de MERCOSUR es "... la primera norma supranacional de América Latina en materia de defensa del consumidor, incluyendo directivas para la aplicación de políticas" (p.25).

En el contexto descrito en la introducción, el problema de investigación que pretendemos resolver en este artículo es: ¿cuál es el grado de conocimiento que la población del municipio de Sincelejo tiene respecto a sus derechos y deberes como consumidores, y de las autoridades y procedimientos administrativos y judiciales de

protección, en el periodo de vigencia del nuevo Estatuto del Consumidor?

Para resolver el problema jurídico que encierra la pregunta de investigación formulada en este artículo, en el acápite de resultados desarrollaremos los siguientes tópicos: 1) Conocimiento del nuevo Estatuto del Consumidor por parte de la población del municipio de Sincelejo. 2) Conocimiento de la población del municipio de Sincelejo, sobre las rutas de protección de los derechos de los consumidores. 3) Conocimiento de la población del municipio de Sincelejo, sobre las diferencias entre denuncia administrativa y acción de protección al consumidor. Seguidamente, en las conclusiones, daremos nuestros puntos de vista con respecto a los resultados obtenidos en la investigación.

Como quiera que cada uno de estos tópicos arroja un resultado aritmético, para efectos de dar respuesta a la pregunta de investigación, manejaremos cuatro posibles categorías de respuesta: 1) muy bajo equivale a un porcentaje inferior al 25 %; 2) bajo equivale a un porcentaje que oscila entre el 26 % y el 50 %; 3) alto equivale a un porcentaje que oscila entre el 51 % y 75 % y 4) muy alto equivale a un porcentaje que oscila entre 76 % y el 100 %.

Para efectos de llegar a estas categorías, se sumarán los porcentajes de cada uno de los tópicos, y ese resultado los dividiremos entre tres que corresponde al número de tópicos a sumar.

Finalmente, en el acápite de conclusiones, compararemos los resultados de las encuestas con los que arrojó el grupo focal realizado con usuarios y consumidores del municipio de Sincelejo, a efectos de validar dicha información.

Metodología

Enfoque

Los resultados que se exponen en este artículo son producto de la ejecución de la fase 1 (análisis situacional) del proyecto de investigación: “Fortalecimiento local de los derechos de los consumidores: promoción y protección de los derechos del consumidor, en la ciudad de Sincelejo, en el marco del nuevo Estatuto del Consumidor, periodo 2015-2016”, integrante del programa de investigación Consuma Caribe.

En esta primera fase, la investigación tuvo un enfoque cuantitativo y cualitativo. Un enfoque cuantitativo porque uno de los instrumentos de recolección de información que se usó fue la encuesta, con la que en términos porcentuales y estadísticos se midió el grado de conocimiento que la población del municipio de Sincelejo tiene acerca de los derechos, deberes y rutas de protección del consumidor. Un enfoque cualitativo porque uno de los instrumentos de recolección de información que se usó fue el grupo focal y porque a partir de los resultados de las encuestas y del grupo focal, se hizo una descripción del fenómeno, con un análisis y reflexión posterior conforme a las normas del nuevo Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011).

Tipo de investigación

Los resultados que se muestran en este artículo provienen de un estudio de corte socio-jurídico, soportado en los resultados de las encuestas y del grupo focal.

Población

La población objeto de encuesta fueron los

residentes del municipio de Sincelejo, que según información obtenida del DANE son 275.207 personas, cantidad que por grupos de edades se detalla así:

Tabla 1.

Edades	Residentes Sincelejo ()
15-19	26.307
20-24	25.660
25-29	23.397
30-34	19.825
35-39	17.558
40-44	15.745
45-49	16.557
50-54	14.691
55-59	12.217
60-64	9.508
65-69	7.478
Total	N=275.207

Fuente: DANE

La muestra

De la población total del municipio de Sincelejo, se hizo un muestreo aleatorio estratificado de 392 personas, distribuidas en los siguientes grupos etarios:

Tabla 2.

Edades	
15-19	53
20-24	54
25-29	48
30-34	42
35-39	38
40-44	32
45-49	35
50-54	30
55-59	25
60-64	20
65-69	15
Total	392

Instrumentos de recolección de información

El primer instrumento de recolección de información que se usó fue la encuesta, que para el caso de esta investigación contenía 38 preguntas, distribuidas en 4 secciones relacionadas con la identificación, características sociales, conocimiento de la norma y de los organismos protectores del consumidor y las problemáticas presentadas en su vida cotidiana como consumidor, las cuales fueron aplicadas y digitadas.

Para efectos de los resultados que se exponen en este artículo, de esas 38 preguntas, solo usamos las respuesta de 3 de ellas, las cuales corresponden a las siguientes: 1) ¿Sabe que en Colombia existe el Estatuto del Consumidor o Ley 1480 de 2011? 2) Al presentársele un problema de afectación de sus derechos como consumidor, ¿usted sabe dónde acudir para que su derecho sea protegido? 3) ¿Conoce usted la diferencia entre la interposición de una denuncia administrativa y el ejercicio de la acción de protección al consumidor?

El segundo instrumento de recolección de información que se usó para validar los resultados de las encuestas, fue un grupo focal con usuarios y consumidores del municipio de Sincelejo, realizado con los siguientes grupos etarios: de 15 a 24 años, de 25 a 34 años, de 35 a 44 años, de 45 a 54 años y de 55 a 64 años de edad, en los que se manejaron las siguientes categorías de análisis: conocimiento del nuevo Estatuto del Consumidor, derechos como usuarios y/o consumidores, rutas y autoridades competentes de protección ante posibles violaciones.

Procedimiento

En la consecución de los resultados expuestos en este artículo, pasamos por las siguientes etapas:

1. Se diseñó un primer borrador de encuestas.
2. Se hizo una prueba de pilotaje, para mejorar el instrumento.
3. Con base en los errores detectados, se mejoró el instrumento mediante el diseño de una nueva encuesta.
4. Finalmente, la encuesta definitiva quedó con 38 preguntas.
5. Pese que el estudio muestral recomendaba un mínimo de 384 encuestas, decidimos aplicar 392, distribuidas en los 11 grupos de edades señalados anteriormente.
6. Se digitó la información obtenida de las encuestas.
7. Luego, en una tabla de Excel, se registraron los resultados de las encuestas, tal como se obtuvieron.
8. Posteriormente se realizó el grupo focal, en el que participaron 28 personas, distribuidas en los siguientes grupos etarios: de 15 a 24 años: 10 personas; de 25 a 34 años: 4 personas; de 35 a 44 años: 5 personas, de 45 a 54 años: 6 personas y de 55 a 64 años: 3 personas.
9. Finalmente, se validaron los resultados de las encuestas, comparándolos con los arrojados por el grupo focal.

Resultados

En este acápite mostraremos los resultados originales que obtuvimos de las encuestas aplicadas a la muestra seleccionada de la población del municipio de Sincelejo, referente a las res-

puestas de las siguientes preguntas: 1) ¿Sabe que en Colombia existe el Estatuto del Consumidor o Ley 1480 de 2011? 2) Al presentársele un problema de afectación de sus derechos como consumidor, ¿usted sabe dónde acudir para que su derecho sea protegido? 3) ¿Conoce usted la diferencia entre la interposición de una denuncia administrativa y el ejercicio de la acción de protección del consumidor?

Conocimiento del nuevo Estatuto del Consumidor por parte de la población del municipio de Sincelejo

Los resultados que se describirán en este acápite, se obtuvieron de las respuestas que los encuestados dieron a la siguiente pregunta: ¿Sabe que en Colombia existe el Estatuto del Consumidor o Ley 1480 de 2011?

En este sentido, con respecto al conocimiento que se tenga sobre la existencia del nuevo Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011), del total de personas encuestadas 220 manifestaron que no lo conocen; en cambio 172 manifestaron sí saber.

En términos porcentuales, de la población encuestada, el 56,12 % no sabe que en Colombia existe un nuevo Estatuto del Consumidor; en cambio un 43,87 % sí tiene conocimiento de su existencia.

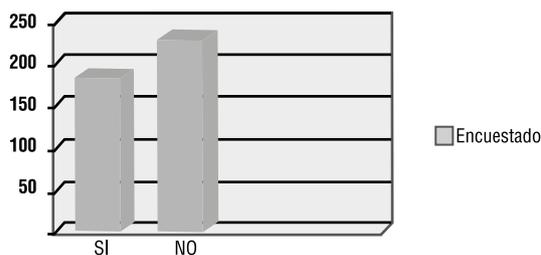


Gráfico 1.

Fuente: Elaboración propia

De las 392 personas encuestadas, 208 fueron hombres, de los cuales, 105 manifestaron no

conocer el nuevo Estatuto del Consumidor; en cambio 103 manifestaron sí saber.

En términos porcentuales, de los 208 hombres encuestados, el 50,48 % no conoce de la existencia del nuevo Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011) y el 49,51 % sí lo conoce.

De las 392 personas encuestadas, 184 fueron mujeres, de las cuales, 115 manifestaron no conocer de la existencia del nuevo Estatuto del Consumidor; en cambio 69 contestaron que sí.

En términos porcentuales, de las 184 mujeres encuestadas, el 62,50 % no conoce de la existencia del nuevo Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011) y el 37,50 % sí lo conoce.

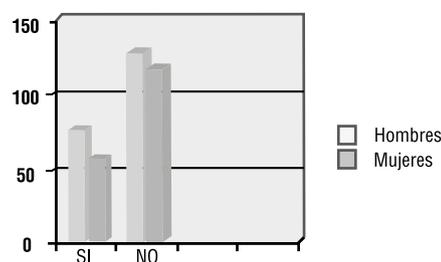


Gráfico 2.

Fuente: Elaboración propia

Según el informe sobre los resultados de aplicación del grupo focal, el 100 % de las personas pertenecientes a los distintos grupos etarios que participaron en la actividad, manifestó no tener conocimiento del contenido del nuevo Estatuto del Consumidor. No obstante, según el referido informe, de todos los derechos enunciados en el artículo 3 del nuevo Estatuto del Consumidor (derecho a recibir productos de calidad, seguridad e indemnidad, recibir información, protección contra publicidad engañosa, a la reclamación, protección contractual, elección, participación, representación, a informar, a la

educación, a la igualdad) todos los grupos etarios participantes conocen el derecho a recibir productos de calidad, exceptuando al grupo etario de 55 a 64 años, que solo conoce el derecho a recibir información. Por su parte, el derecho a la reclamación, solo es conocido por el grupo etario de 25 a 34 años; el derecho a la seguridad e indemnidad, solo es conocido por el grupo etario de 45 a 54 años; y los derechos a la elección e igualdad, solo son conocidos por el grupo etario de 55 a 64 años. Los demás derechos, son desconocidos por todos los grupos etarios que participaron en dicha actividad.

Conocimiento de la población del municipio de Sincelejo, sobre las rutas de protección de los derechos de los consumidores

Los resultados que se describirán en este acápite se obtuvieron de las respuestas que los encuestados dieron a la siguiente pregunta: Al presentársele un problema de afectación de sus derechos como consumidor, ¿usted sabe dónde acudir para que su derecho sea protegido?

Frente a esa pregunta, de las 392 personas encuestadas, 260 manifestaron no saber a donde acudir en caso de violación de sus derechos como consumidor; no obstante, 132 indicaron sí saberlo.

En términos porcentuales, de las personas encuestadas, el 66,32 % manifestó no saber a dónde acudir en caso de violación de sus derechos como consumidor y el 33,67 % dijo sí saberlo.

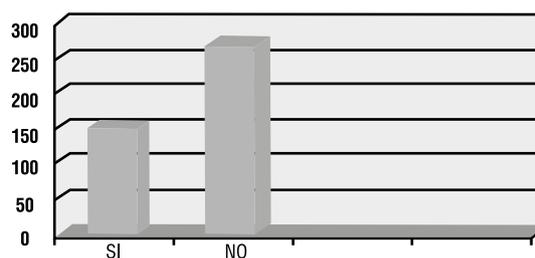


Gráfico 3.

Fuente: Elaboración propia

De las 392 personas encuestadas, 208 fueron hombres, de los cuales, 132 manifestaron no saber dónde acudir en caso de violación de sus derechos como consumidores; en cambio 76 señalaron sí saberlo.

En términos porcentuales, el 63,46 % de los hombres manifestó no saber dónde acudir en caso de violación de sus derechos como consumidor y el 36,53 % contestó que sí.

Del grupo de encuestados, 184 fueron mujeres, de las cuales 128 manifestaron no saber donde acudir en caso de violación de sus derechos como consumidoras; en cambio 56 señalaron sí saberlo.

En términos porcentuales, el 69,56 % de las mujeres manifestaron no saber dónde acudir en caso de violación de sus derechos como consumidoras y el 30,43 % dijeron que sí.

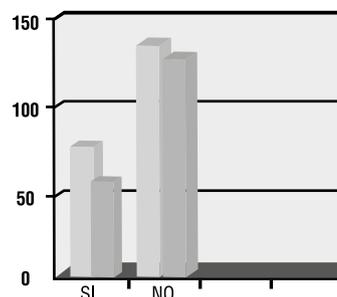


Gráfico 4.

Fuente: Elaboración propia

Según el informe sobre los resultados de aplicación del grupo focal, 9 de las personas participantes manifestaron desconocer los mecanismos administrativos y judiciales de protección de los derechos de los consumidores, 1 mencionó a las vías de hecho, 11 al derecho de petición, 5 a la acción de tutela, y 5 a la reclamación ante el proveedor.

En cuanto a las autoridades competentes para proteger los derechos de los consumidores, según el informe sobre los resultados de aplicación del grupo focal, 5 manifestaron desconocer a dónde acudir en caso de vulneraciones, 1 indicó a la Policía Nacional, 4 a las Cámaras de Comercio, 1 a la Comisaría de Familia, 2 a la Contraloría Departamental, 7 a la Defensoría del Pueblo, 2 a las Personerías Municipales, 1 a la Confederación Colombiana del Consumidor, 2 a los Defensores de Consumidores, 1 a la Oficina del Consumidor, 1 a la Liga de Consumidores, 1 a Consuma Caribe, 1 a la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, 1 a la Superintendencia de Salud, y 9 a la Superintendencia de Industria y Comercio, SIC.

Conocimiento de la población del municipio de Sincelejo sobre las diferencias entre denuncia administrativa y acción de protección al consumidor

Los resultados que se describirán en este acápite se obtuvieron de las respuestas que los encuestados dieron a la siguiente pregunta: ¿Conoce usted la diferencia entre la interposición de una denuncia administrativa y el ejercicio de la acción de protección al consumidor?

De las 392 personas encuestadas, 314 manifestaron no conocer las diferencias entre denuncia administrativa y la acción de protección del consumidor; en cambio, 78 señaló que sí.

En términos porcentuales, el 80,10 % de los encuestados no conoce las diferencias entre la denuncia administrativa y la acción de protección del consumidor; en cambio, el 19,90 % sí las distingue.

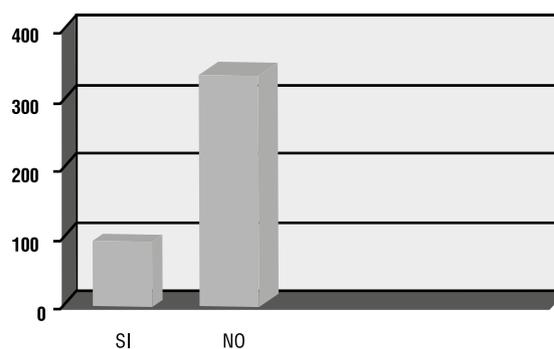


Gráfico 5.

Fuente: Elaboración propia

De las 392 personas encuestadas, 211 fueron hombres, de los cuales, 171 manifestaron no conocer tal diferencia; en cambio 40 indicaron que sí.

En términos porcentuales, de los hombres encuestados, el 81,04 % no distingue entre una denuncia administrativa y una acción de protección al consumidor; en cambio, 18,96 % sí las diferencia.

De las 392 personas encuestadas, 181 fueron mujeres, de las cuales 143 manifestaron no conocer dichas diferencias; en cambio, 38 destacaron que sí.

En términos porcentuales, de las mujeres encuestadas, el 79 % no distingue entre una denuncia administrativa y una acción de protección

al consumidor; en cambio, el 21 % sí las diferencia.

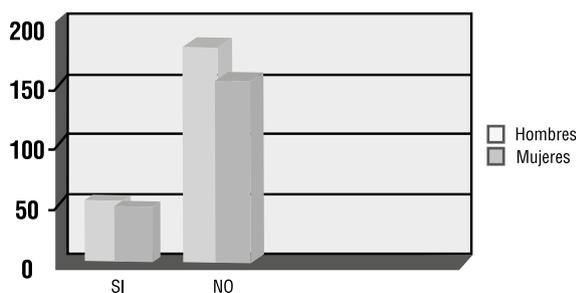


Gráfico 6.

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Frente a la pregunta de investigación y nuestra hipótesis de trabajo, pudimos establecer que el grado de conocimiento que la población del municipio de Sincelejo tiene respecto a sus derechos y deberes como consumidores, como de las autoridades y procedimientos administrativos y judiciales de protección, en el periodo de vigencia del nuevo Estatuto del Consumidor, es Bajo.

Lo anterior se fundamenta en los resultados de las encuestas, pues como se anotó, el 43,87 % de las personas encuestadas manifestó saber que en Colombia existe un Nuevo Estatuto del Consumidor; el 33,67 % dijo saber dónde acudir en caso de violación de sus derechos como consumidores; y el 19,90 % manifestó conocer las diferencias entre la denuncia administrativa y la acción de protección del consumidor.

La sumatoria de los valores porcentuales nos arroja un subtotal del 97,44 %, que al dividirlo entre 3, que corresponde al número de tópicos sumados, nos da un total del 32,48 %.

Al comparar este porcentaje con las cuatro categorías de respuestas descritas en el capítulo de “Esquema de Resolución del Problema

Jurídico”, observamos que al ubicarse entre los toques del 25 % y 50 %, se adecúa al del Nivel Bajo.

Estos datos están validados por los resultados del grupo focal, pues de los 12 derechos de los consumidores enunciados en el nuevo Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011), sus participantes solo identificaron 6, que en términos porcentuales equivale al 50 %.

Recibir productos de calidad, la seguridad e indemnidad, recibir información, la reclamación, la elección e igualdad, fueron los derechos de los consumidores reconocidos por los participantes del grupo focal. No obstante, los derechos a la protección contra publicidad engañosa, a la protección contractual, a la participación, a la representación, a informar, y a la educación, no fueron mencionados, lo cual indica el desconocimiento de los consumidores del municipio de Sincelejo, de facultades importantes para el adecuado ejercicio de sus derechos.

Una población que desconozca el alcance y contenido de los derechos de los consumidores a la participación, a la representación, a informar y a la educación, carece de las competencias mínimas para agremiarse, asociarse y ejercer acciones colectivas en defensa de los derechos de los consumidores. Posiblemente, esta debilidad sea un factor que incida en las pocas ligas y asociaciones de usuarios y consumidores constituidas en el municipio de Sincelejo.

Otro dato del grupo focal que validan los resultados de las encuestas es la imprecisión que la mayoría de sus participantes reflejó con sus respuestas al preguntárseles acerca de dónde acudir

en caso de violación de sus derechos como consumidores. El hecho que 5 de ellos manifestaran su absoluto desconocimiento y que varios mencionaran a entidades y organizaciones sin competencias para proteger estos derechos (Policía Nacional, Cámaras de Comercio, Comisaría de Familia, Contraloría Departamental), es una realidad que lo corrobora.

En las relaciones de consumo, el conocimiento de las normas, las rutas de atención y los derechos y deberes que le asisten a cada uno de los intervinientes garantiza el equilibrio al interior de estas. *Contrario sensu*, su desconocimiento por alguno de los intervinientes allana el camino para el abuso de la posición dominante de aquel que ostente el conocimiento.

Los resultados de la encuesta demuestran que en la ciudad de Sincelejo, un porcentaje alto de consumidores desconoce sus derechos y por ende, las autoridades competentes para solucionar los conflictos en las relaciones de consumo.

En cuanto al conocimiento de la existencia del nuevo Estatuto del Consumidor, solo el 43 % afirma saber al respecto, aunque no hay referencias de cómo accedieron al conocimiento, si por la prensa hablada o escrita, por referencias de otra persona o por autoformación. Ahora bien, que de ese porcentaje sean los hombres quienes mayor información tienen al respecto, nos lleva a preguntarnos sobre las fuentes de información a las que acceden ellos en mayor número y no las mujeres.

Esto en términos de impactos también repercute diferencialmente, pues si bien tanto hombres y mujeres hacen parte de la cadena de con-

sumo, el acceso a las rutas de protección de sus derechos estaría mayormente garantizado en el caso de los hombres. Aunque el objeto de la investigación no apuntó en ningún momento a conocer las frecuencias e intenciones de compra de bienes y servicios, es importante señalar que son las mujeres quienes en buena medida acceden a las tiendas de barrio en su calidad de amas de casa o trabajadoras domésticas, por lo que dicho desconocimiento incrementa el desequilibrio en las relaciones de consumo cuando de mujeres porcentualmente se habla.

Resulta significativo analizar que aunque los hombres afirman conocer la existencia del Estatuto del Consumidor y las rutas de protección, este conocimiento es meramente informativo, mas no íntegro, puesto que no pueden distinguir entre la denuncia administrativa y la acción de protección al consumidor.

Lo que nos lleva a pensar que las estrategias de divulgación deben incluir procesos que trasciendan la mera información y sean más explicativos a fin de promover el ejercicio de los derechos de los consumidores y consumidoras y garantizar relaciones de consumo equilibradas.

De todo lo anterior se concluye que a cinco años de vigencia del Estatuto del Consumidor, la garantía de equilibrio en las relaciones de consumo no está dada, puesto que uno de los elementos básicos para su materialidad es el conocimiento y aprehensión de los contenidos de la Ley 1480 de 2011 por parte del consumidor. En ese sentido, se presume que el incumplimiento de la norma por parte del proveedor significa abuso de la posición dominante, en tanto, desco-

noce flagrantemente los derechos que le asisten a su contraparte, escudados en la falta de conocimiento de este último.

REFERENCIAS

- Amador, L. (2013). Avances en la protección de los consumidores en el régimen legal de los servicios públicos. En C.A. Naranjo *et. al.*, *El derecho del consumo* (p.129). Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Colombia. Ley 1480 de 2011. Bogotá: Editorial Leyer.
- Comisión Europea (12 de mayo de 2012). Una nueva Agenda del Consumidor Europeo: impulsar la confianza y el crecimiento situando a los consumidores en el centro del mercado único. Comunicado de Prensa.
- Correa, M. (2013). El Estatuto del Consumidor: aspectos generales sobre la naturaleza, ámbitos de aplicación y carácter de sus normas. En C. L. Rojas, *Perspectivas del Derecho del Consumo* (p.103). Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Fontcuberta, J. (2009). *El contrato de distribución de bienes de consumo y la llamada indemnización por clientela*. Barcelona: Marcial Pons.
- Paniagua, M. & Miranda, L. (2012). La protección de los consumidores y usuarios y la irrupción del derecho de los consumidores. En L. Miranda & J. López, *Derecho (privado) de los consumidores* (p.47). Barcelona: Marcial Pons.
- Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. Reglamento No. 254/2014. Colombia.
- Stiglitz, G. (2013). Derecho y políticas de defensa del consumidor en América Latina. La experiencia colombiana. En C. L. Rojas, *Perspectivas del Derecho del Consumo* (p.25). Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2014). *Informe de Gestión 1 de septiembre de 2013-31 de agosto de 2014*. Bogotá: SIC.
- Vega, Y. (2001). *Contratos de Consumo*. Lima: Grijley.