

Consumo y Regionalización: El reto de La Desbogotanización de la Política Pública en Colombia en el Marco del Nuevo Estatuto del Consumidor

Rafaela Sayas Contreras

rafaelaester@gmail.com

Universidad de Cartagena (Colombia)

Colombia.

Proyecto de Investigación Asociado al Programa Consuma Caribe-Colciencias

Líder Científica del Programa Rafaela sayas Contreras,

Investigadores principales: Rosaura Arrieta Flórez, Berónica Narváez Mercado Y

Edimer Latorre Iglesias.

Área temática: Administración pública y políticas públicas

“Trabajo preparado para su presentación en el VI Congreso Latinoamericano de Ciencia Política, organizado por la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP)”. Pontificia Universidad católica del Perú, Lima del 22 al 24 de julio de 2015”

Resumen

Este trabajo da cuenta de un proyecto de investigación asociado a un Programa en curso referido a la política pública de Consumo aprobado por el departamento Administrativo de Ciencias y Tecnología (COLCIENCIAS) el cual trata de un análisis de la política pública de Consumo en Colombia en el marco de la Alianza Consuma Caribe que integra una estrategia de colaboración Universidad-Estado-Sociedad Civil y que cuenta con el apoyo de la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia, como secretaria Técnica de la red de Protección al Consumidor

El informe de avance que se presenta en este trabajo concierne a la ciudad de Cartagena, una de las ciudades seleccionadas junto con Santa Marta y Sincelejo para el desarrollo del programa.

La promoción y defensa de los derechos de los consumidores en Colombia históricamente, no puede desligarse de la misma estructura del Estado colombiano, es decir un Estado centralista, con todas las consecuencias que ello implica. El alcance de la gestión de las instituciones nacionales solo irradia el centro quedando la periferia solo con actuaciones

itinerantes y fragmentarias, por ello cabe analizar el reto de la desbogotización de la política pública de protección al consumidor en Colombia y para el caso que nos ocupa los avances del proyecto asociado para la ciudad de Cartagena.

La metodología de este trabajo implica por una parte el relevamiento de información primaria desde las regiones para determinar las estrategias de cumplimiento regional de las obligaciones a cargo de la implementación de la política pública respectiva por una parte y el análisis de información secundaria condensada en los marcos normativos y reglamentos institucionales tanto de nivel nacional como local. Las técnicas que serán usadas en la recolección de información son: La observación participante, entrevista semi estructurada y los grupos focales, usadas todas estas técnicas con un carácter de complementariedad

Palabras Claves

Derechos de los consumidores, participación ciudadana, regionalización, institucionalidad, eficacia

Introducción

.La ley 1480 de 2011 o Estatuto del Consumidor, ha consagrado a favor de los consumidores, un catalogo de principios, derechos y deberes así como una serie de instituciones encargadas de velar por la promoción y defensa de los derechos de los consumidores. No obstante, para que los consumidores tengan un goce efectivo de sus derechos y encuentren respuestas rápidas y eficientes por parte de las autoridades competentes a la hora de tutelar sus derechos, es necesario promocionar dichos derechos y educar a la ciudadanía con respecto a ellos, de tal manera que se tengamos consumidores informados; también se hace necesario acercar los canales o circuitos institucionales al ciudadano, para que este pueda acudir a las autoridades encargadas de defender sus derechos como consumidor, de una manera sencilla y eficaz.

El propósito de esta investigación es determinar si es efectiva la promoción y protección de los derechos de los consumidores por parte de las autoridades competentes en asuntos de protección al consumidor en la ciudad de Cartagena, es decir establecer una línea de base que de cuenta del conocimiento, protección y promoción de estos derechos.

El presente informe presenta un informe de avance de una investigación más amplia que se desarrolla al interior de la línea de derecho privado del Grupo de Investigación de Conflicto y Sociedad de la Universidad de Cartagena, en el marco del Proyecto denominado “Fortalecimiento local de los derechos de los consumidores: promoción y protección de los derechos del consumidor, en la ciudad de Cartagena, en el marco del nuevo estatuto del consumidor, período 2015-2016, proyecto articulado al Programa CONSUMA CARIBE -COLCIENCIAS .

Los derechos de los consumidores han atravesado varias etapas de protección que han permitido paulatinamente su fortalecimiento, hoy es posible afirmar que estos parámetros de protección son cada vez más garantistas. No en vano se expidió la Ley 1480 de 2011, la

cual distribuyó responsabilidades ineludibles tanto judiciales como administrativas a los funcionarios presentes en el territorio y fortaleció por una parte, las competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio en materia de política pública y participación ciudadana, y por la otra, las prerrogativas radicadas en cabeza de los ciudadanos consumidores desde una perspectiva individual y desde los colectivos de consumidores o ligas de consumidores.

Con respecto a la legislación sobre protección al consumidor en Colombia es necesario precisar que el Decreto 3466 de 1982, fue durante 29 años, la única norma de carácter general que brindó protección a los consumidores. Hoy día, este decreto no protege de manera integral al consumidor ya que no estaba acorde con las directrices de Naciones Unidas sobre protección al consumidor y además no se adapta a la economía actual colombiana.

Cuando se expidió el Decreto 3466 de 1982, Colombia tenía un modelo económico muy diferente al de la actualidad, en esa época el modelo económico imperante en el país era el modelo de una economía proteccionista, con intervención mínima del Estado. Bajo dicho modelo económico, las opciones que tenía el consumidor para acceder a los bienes y servicios eran escasas y lo que determinaba su decisión de adquisición de determinados bienes y servicios era el factor precio. En ese momento histórico, el decreto en mención fue un estatuto de protección al consumidor que respondía a la realidad económica y social del momento, teniendo mucha importancia en la regulación de las relaciones de consumo, relaciones que habían sido ignoradas por el derecho privado hasta la época.

La constitución de 1991 promueve la libre competencia económica y la libertad de empresa, surge una masiva oferta de bienes y servicios, con competidores que deben garantizar a los usuarios la calidad de los productos. Este tipo de circunstancias aunado al uso de nuevas tecnologías y el comercio electrónico, hicieron del Decreto 3466 de 1982 un estatuto obsoleto e ineficaz, que no ofrecía una protección completa al consumidor, incapaz de contrarrestar las asimetrías del mercado de consumo.

Haciendo un análisis del decreto 3466 de 1982, se puede evidenciar, como primera medida, que no contempló los principios del derecho de protección al consumidor, así como tampoco consagró un catálogo expreso de derechos del consumidor; en cuanto al derecho de recibir información solo aludía a las condiciones de veracidad y suficiencia de la misma, no contemplo el derecho de reclamación, el cual fue incorporado a la legislación nacional a través de regulaciones específicas, no consagra de manera expresa el derecho a la seguridad y a la salud, no contemplo el derecho a la educación, como tampoco hizo alusión expresa al derecho a la igualdad; estableció un deber genérico de asegurar la calidad y la idoneidad de los productos, pero no desarrolla el alcance de la responsabilidad de productores y distribuidores por la calidad e idoneidad de los productos; tampoco consagra una norma general de protección contractual de los consumidores, no disponía de una norma que regulara los contratos de adhesión y las cláusulas abusivas en materia de protección al consumidor, materia que era regulada en su integridad por las normas del código civil y comercial y la jurisprudencia de casación civil; no definió el concepto de producto; no contenía una definición general de garantía, solo se limitaba a definir la garantía mínima presunta del productor; no fue claro en diferenciar en el ámbito de

protección al consumidor, un régimen de responsabilidad civil, tanto en lo sustancial como en lo procesal; en materia de propaganda, no establece lo que se debe entender por propaganda, sino que de manera genérica, determinaba lo que se considera publicidad.

Es con la expedición de la ley 1480 de 2011 o Nuevo Estatuto del Consumidor, se desarrollan en Colombia los artículos 13 y 78 de la Constitución Nacional, modernizando así la legislación sobre protección al consumidor y adecuándola a las directrices para la protección del consumidor adoptadas por La Organización de Naciones Unidas.

Metodología

El objetivo principal desarrollado en esta ponencia es abordar el estudio de la promoción y protección efectiva de los derechos de los consumidores en la ciudad de Cartagena de Indias. Para tales efectos se desarrolló una investigación cualitativa, descriptiva, a partir del análisis de información primaria proveniente una encuesta aplicada como pilotaje previo, en la que se aplicaron de manera estratificada 24 encuestas por una parte, y por la otra se cruzaron estos datos con los resultados de entrevistas a informantes clave presentes en el territorio.

La información relevada tanto primaria como secundaria, fue procesada a través de la sistematización, análisis y triangulación metodológica lo que permite una perspectiva inicial de la protección de los derechos de los consumidores a nivel local a partir de la siguiente pregunta problema: ¿Es real y efectiva la promoción y protección de los derechos de los consumidores por parte de las autoridades competentes en asuntos de protección al consumidor en la ciudad de Cartagena? Quiere decir ello que el informe de avance solo cobija a la ciudad de Cartagena.

Derecho de Consumo y contexto institucional.

La Constitución Política de 1991 consagra en el artículo 78, dentro de los derechos colectivos, la protección al consumidor, a partir del establecimiento de un principio de responsabilidad en cabeza del productor de bienes y el oferente de servicios, relacionado con el adecuado aprovisionamiento de bienes y servicios y el trato digno del consumidor como parte débil en la cadena de consumo. Varias han sido las normativas que a nivel nacional han regulado ésta problemática, sin embargo a dos años de haber sido expedida la Ley 1480 de 2011, vemos que en la Costa Caribe es nugatoria la protección de los Consumidores que se concreta en el desconocimiento por parte de las autoridades territoriales y locales de las responsabilidades establecidas en la ley, muy a pesar del rol del Estado desde 1991, de tal suerte que plantea López (2003),

Con el surgimiento del estado social y democrático de derecho se abandona el individualismo y el principio de no intervención del estado en el campo político económico y social; el estado social de derecho pasa a tener una incidencia importante en la organización política, económica y social; “el Estado activó su función de protección y responsabilidad social hacia la mayoría de los ciudadanos” (López, 2003, p 3).

Las relaciones asimétricas en la relación de consumo determinan el rompimiento de un postulado clásico del derecho que es la igualdad contractual entre contratantes, el derecho del consumo reconoce que en efecto hay una relación contractual, la misma tiene otros componentes no considerados como las nuevas tecnologías, el análisis de pautas de consumo y la relación entre el consumo y el desarrollo, por ello el rol que el Estado adquiere se orienta hacia el carácter garantista de los derechos colectivos de los consumidores, aspecto que se refleja y replantea los retos de la política pública, por ello Giraldo, Caicedo y Madriñan (2012) afirman:

Dicha revaluación de principios del derecho privado patrimonial, tiene como causa esencial el enunciado de la asimetría de las condiciones de los consumidores y usuarios frente a los productores y expendedores, como afirmación básica del derecho de protección al consumidor, fuente de la que deriva la estructura de su normatividad. (p 2).

Un estudio exploratorio efectuado por la Universidad de Cartagena (2013) y replicado por las Universidad Sergio Arboleda y por La Corporación Universitaria del Caribe, dan cuenta de la situación de desprotección del consumidor y de la impotencia de padecer de las carencias propias de estar alejada del la actividad central de la Superintendencia de Industria y Comercio, y de la falta de formación del ciudadano- consumidor frentes a los DESC.

Ésta situación se refleja en la debilidad de las asociaciones de consumidores por una parte (las cuales en realidad no funcionan), la ausencia de ligas universitarias de consumidores en la Costa Caribe Colombiana (solo hay en barranquilla, y es es provisional que en Santa Marta y Cartagena, y en la ciudad de Sincelejo no existe) y por otra parte las autoridades locales reenvían a los reclamantes a otras autoridades como la Personería o la defensoría del pueblo, quedando el ciudadano en total desprotección y desconcierto.

Por otra parte La Corte Suprema de Justicia Colombiana en providencia de fecha 30 de abril de 2009 definió la relación de consumo como aquella que “*constituye una particular categoría que surge entre quienes se dedican profesionalmente a elaborar o proveer bienes o prestar servicios con quien los adquiere con el fin de consumirlos*”. Constituyéndose así sujetos de ésta relación: el consumidor, el productor, el proveedor, el expendedor y todo aquel que intervenga en la cadena de comercialización.

La Corte Constitucional igualmente se refirió a la relación de consumo en la sentencia C-1141 de 2000. En ese aspecto, el decreto 3466 de 192 estableció las normas relativas a idoneidad, calidad, garantías, marcas, leyendas, propagandas y la fijación publica de precios de bienes y servicios y la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores aplicable a toda relación de consumo, entendida esta como aquella que se establece entre productores, distribuidores, expendedores y consumidores, en donde estos últimos se encuentran en una relación de asimetría en relación con los primeros y en búsqueda de la satisfacción de sus necesidades. Así las cosas, la protección del consumidor establecida en el citado decreto se predica de las relaciones de consumo en tanto que la vulneración de los derechos allí señalados se produce dentro de la cadena de

comercialización de bienes y servicios, donde los consumidores se encuentran en una relación de desventaja frente a los comercializadores de bienes y servicios, lo que implica un necesario restablecimiento de la igualdad entre las partes, solo se logra a través de normas protectoras de la parte más débil de la relación.

En Colombia, existen una serie de instituciones establecidas por la ley, para la promoción y defensa de los derechos de los consumidores. El artículo 75 del Estatuto del Consumidor, estableció la Red Nacional de Protección al Consumidor, conformada por múltiples entidades: Consejos de Protección al Consumidor, la Superintendencia de Industria y Comercio, la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, la Superintendencia Financiera, la Superintendencia Nacional de Salud, la Superintendencia de Puertos y Transporte, el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA, la Comisión Nacional de Televisión, la Aeronáutica Civil, las alcaldías municipales y las ligas de consumidores.

La Red de protección al Consumidor se apoya en la gestión de la Superintendencia de Industria y Comercio, quien funge como Secretaría Técnica de la misma a nivel nacional. Es interesante hacer un corte espacial para determinar si el tipo de gestión también se irradia hacia lo local y lo más importante, que tipo de instituciones actúan en el territorio y la eficacia de las mismas.

La principal autoridad que hace presencia en los territorios en materia de consumo, y en este caso no es la excepción, es el Alcalde Municipal o Distrital, quien además preside el Consejo de protección al Consumidor y a nivel Departamental el Gobernador quien preside el mismo Consejo pero con un alcance departamental, competencias atribuidas por la ley desde la institucionalidad. Por otra parte desde la ciudadanía, la promoción y protección debe ser apoyada por las organizaciones de ciudadanos conformadas como “ligas de consumidores” quienes son independientes de las instituciones y se conforman de acuerdo con la ley, en ejercicio del derecho constitucional de asociación, algunas con el aval de la Confederación Nacional de Consumidores y otras de carácter independiente.

El trabajo de campo permite constatar que en la Ciudad de Cartagena, las autoridades territoriales que promueven y protegen son: la Alcaldía Mayor Distrital, la cual distribuye la funciones asignadas en la ley a las Alcaldías locales (tres alcaldías locales) por una parte, y por la otra, encontramos una Liga de Consumidores de Cartagena, y un recién creado punto de atención de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), ubicada en la sede de la Superintendencia de Sociedades de la ciudad, aspecto que merece atención porque permite reconstruir la institucionalidad presente en el territorio en contraste con la eficacia en el cumplimiento de los derechos de los consumidores.

Diseño de Instrumentos

I. Como se anunció en la metodología, la línea base se trazará a partir de la aplicación de una encuesta en las tres ciudades (Santa, Marta, Sincelejo y Cartagena). Para tales efectos se hace un muestreo aleatorio estratificado en cada municipio, donde la selección de cada

grupo de edades se hace proporcional al tamaño del estrato (grupos de edades), para finalmente aplicar el instrumento de recolección de la información mediante una encuesta personal cara a cara. Para la ciudad de Cartagena deben encuestarse 384 personas, distribuidas proporcionalmente por el tamaño de cada estrato mediante:

$$n_h = n \frac{N_h}{N}$$

Con $h = 1, 2, \dots, 11$ (grupos de edades), obteniendo:

Edades	n_h
15-19	51
20-24	49
25-29	46
30-34	44
35-39	38
40-44	33
45-49	33
50-54	32
55-59	26
60-64	20
65-69	15
Total	384

El diseño de la encuesta tiene la siguiente estructura:

- 1- Módulo I (Identificación): Esta parte del formulario permite establecer con precisión la ubicación de la persona a la cual se le aplica la encuesta, los datos de contacto.
- 2- Módulo II (Características Sociales): En este capítulo se indaga por características como el sexo, la edad, el nivel educativo y la ocupación de las personas encuestadas.
- 3- Módulo III (Conocimiento de la norma y de los organismos protectores al consumidor) En este capítulo se pregunta sobre la percepción de las personas sobre sus derechos como consumidor y las normas existentes en ese orden.
- 4- Módulo IV (Problemáticas presentadas en su vida cotidiana como consumidor): En este capítulo se busca identificar los posibles problemas que hayan experimentado las personas encuestadas en la compra de bienes y servicios.

Los datos del informe de avance que se expondrán a continuación corresponden a las tendencias que se detectan en la aplicación de 24 encuestas por grupos de edades en la ciudad de Cartagena con el propósito de verificar la aplicación del instrumento y las tendencias, estos datos obtenidos serán triangulados con el análisis cualitativo de datos a informantes claves efectuados a través de entrevistas semi estructuradas.

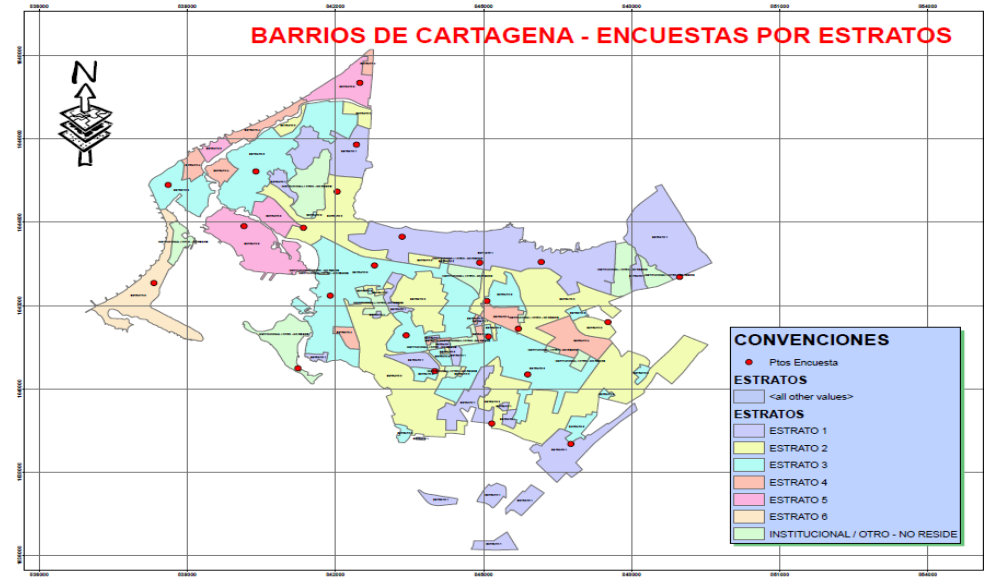
Edades	No. encuestas
15-19	5
20-24	3
25-29	3
35-39	3
40-44	4
50-54	3
55-59	2

Como anteriormente se dijo, las entrevistas a informantes se efectuaron para reconstruir la perspectiva de los consumidores indagando si los mismos tienen acceso a sus derechos y si encuentran respuestas efectivas por parte de las autoridades territoriales; teniendo en cuenta que el goce efectivo de los derechos de los consumidores se garantiza desde tres perspectivas o ejes, como lo son: La educación y participación ciudadana; la regionalización o desconcentración de los trámites a través de los cuales los consumidores hacen efectivos sus derechos; y el apoyo de las alcaldías para la defensa de los consumidores a nivel local. Teniendo en cuenta lo anterior, se realizaron 14 entrevistas semi estructuradas así: 5 ciudadanos consumidores, 4 directivos de consultorios jurídicos y 5 funcionarios, obteniendo resultados por eje temático, datos que con posterioridad se contrastan con los resultados de las encuestas, que son ubicadas en la cartografía de la ciudad.

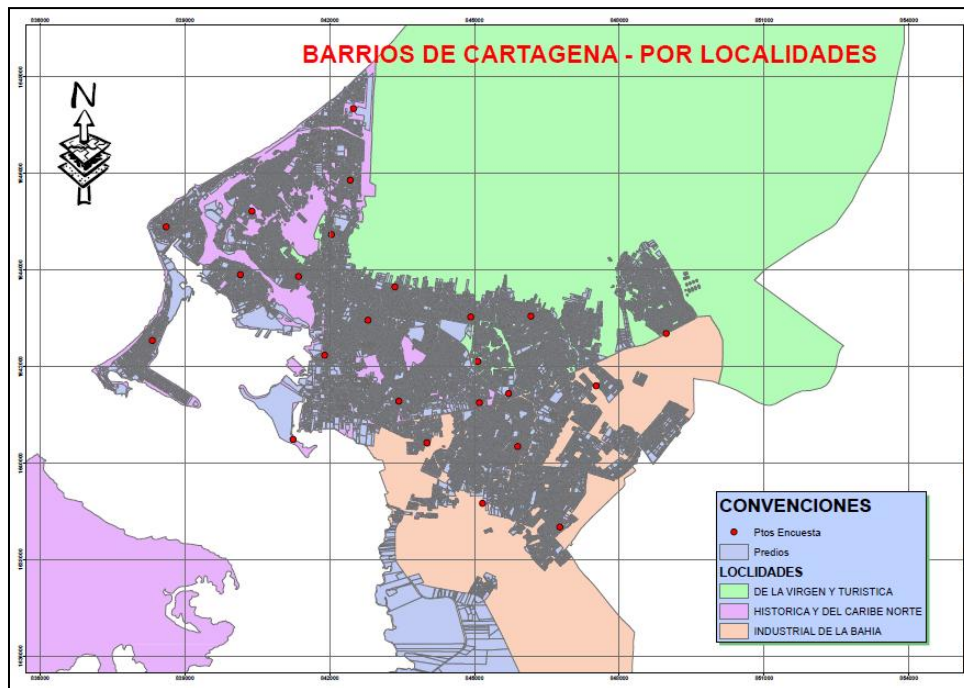
Análisis de datos. Informe de avance.

I. Encuestas (Cartografía)

Antes de hacer el ejercicio global de la aplicación de la encuesta en las tres ciudades seleccionadas se aplica un pilotaje-como se anunció- que permitirá establecer la pertinencia y entendimiento de las preguntas y los ajustes que sean necesarios. Se escogen puntos geográficos para los barrios por estrato socio económico, con ello se asegura que haya representatividad territorial, tal como lo indica el mapa que sigue, y a continuación se analizan los datos obtenidos:



Mapa No. 1



Mapa No. 2 Barrios por localidades

Conocimiento de la Norma y de los derechos de los consumidores

Los encuestados en la ciudad de Cartagena para cumplir el pilotaje fueron 24, del total de encuestados 60% manifestaron tener conocimiento de la existencia del Estatuto del

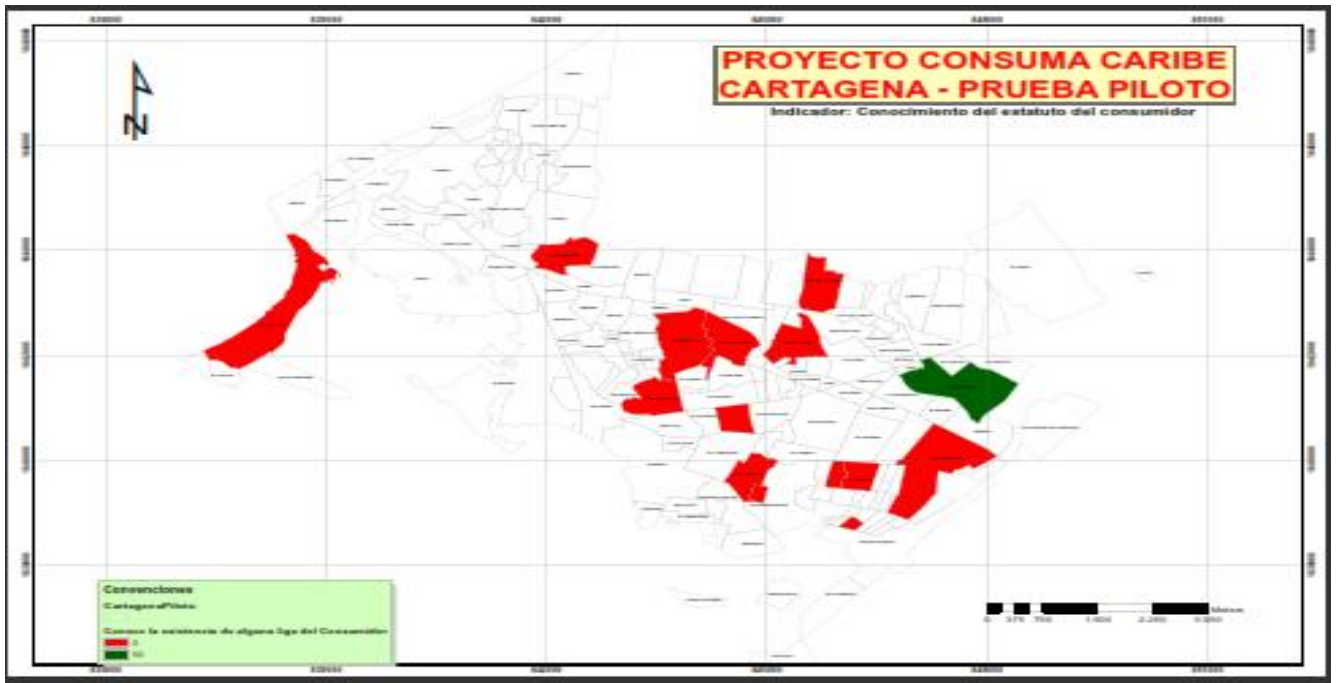
Consumidor y EL 40 % no tienen ningún tipo de conocimiento al respecto, sin embargo, estos datos contrastan con la pregunta sobre conoce sus derechos como consumidor cuyo resultado promedio fue de 0,5%, aspecto que denota que si bien algunos consumidores saben que existe un estatuto o norma, no reconocen sus derechos.

Ruta de atención de los consumidores

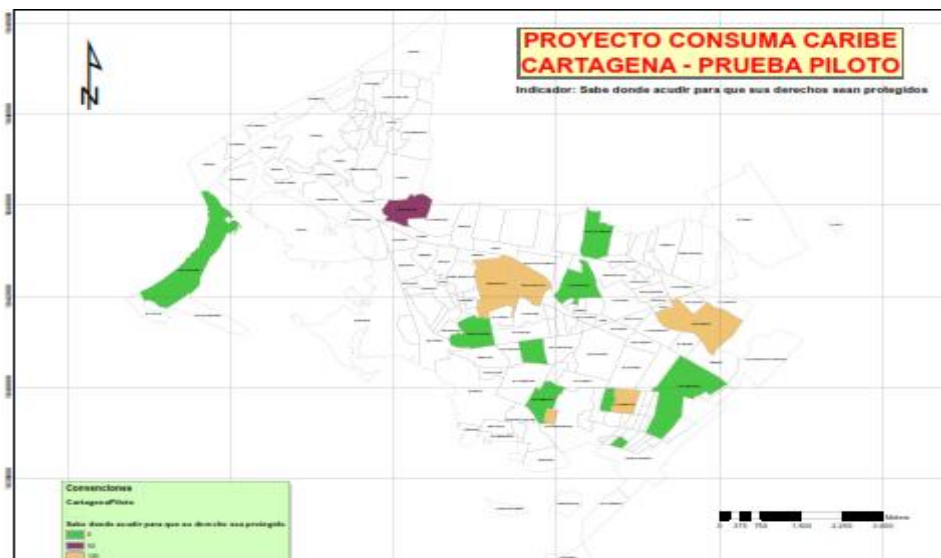
El conocimiento de los usuarios sobre la ruta de atención, busca indagar si el usuario tiene claro en el territorio a qué lugar acudir en caso de vulneración, el dato arroja un indicador preocupante, los usuarios por barrios respondieron al interrogante con un total del 58 % de desconocimiento, quiere decir ello que marcado con el color verde en el mapa que sigue, los encuestados por barrios definen una tendencia de desconocimiento de los lugares donde inicia la ruta de atención institucional, aspecto que permite relacionar como -más adelante se verá-como los informantes claves manifestaron desconocer los puntos de atención de usuarios. La tendencia que marca el pilotaje que se hace, coincide con el estudio efectuado a nivel nacional por la Superintendencia de Industria y Comercio que plantea:

El dato es algo alarmante desde el punto de vista de las alcaldías si se tiene en cuenta que las entrevistas se hicieron en distintos municipios y dadas las funciones que les otorga el Estatuto del consumidor a estas, lo que se está poniendo en evidencia es que no están informando suficientemente a sus vecinos sobre estas obligaciones. Ello se corrobora al observar que solamente el 11% de los entrevistados ha recibido información sobre protección al consumidor en las alcaldías. Hay en cambio mucha simetría entre los que dicen conocer la RNPC (28,8%) y los que dicen haber recibido de ella información sobre esta temática (27,3%).(Superintendencia de Industria y Comercio, 2014, p.13)

Por otra parte, considerando la importancia que cumple la asociación de ciudadanos para la promoción y protección de los derechos, como organizaciones de la sociedad civil, las ligas jalonan la protección y promoción de los derechos de los consumidores, al indagarse por el conocimiento de la misma, los encuestados por barrios indican el desconocimiento de la existencia de ligas marcado en el mapa con el color rojo con un 95 % de desconocimiento frente a un 5 % de conocimiento de existencia de una asociación de consumidores en el territorio.



Mapa No. 3. Conocimiento de existencia de Ligas de Consumidores

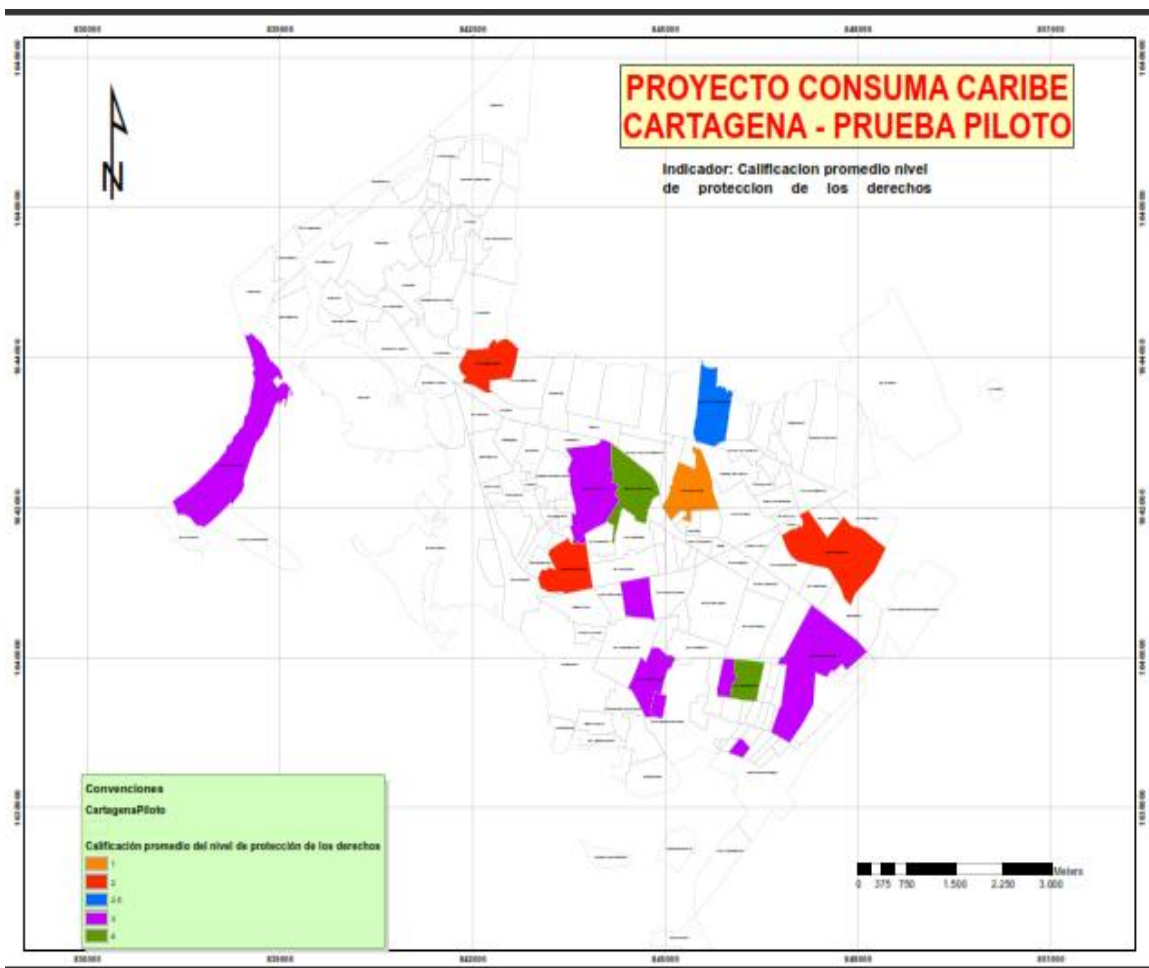


Mapa No.4 Conocimiento de puntos de atención en caso de violación de derechos.

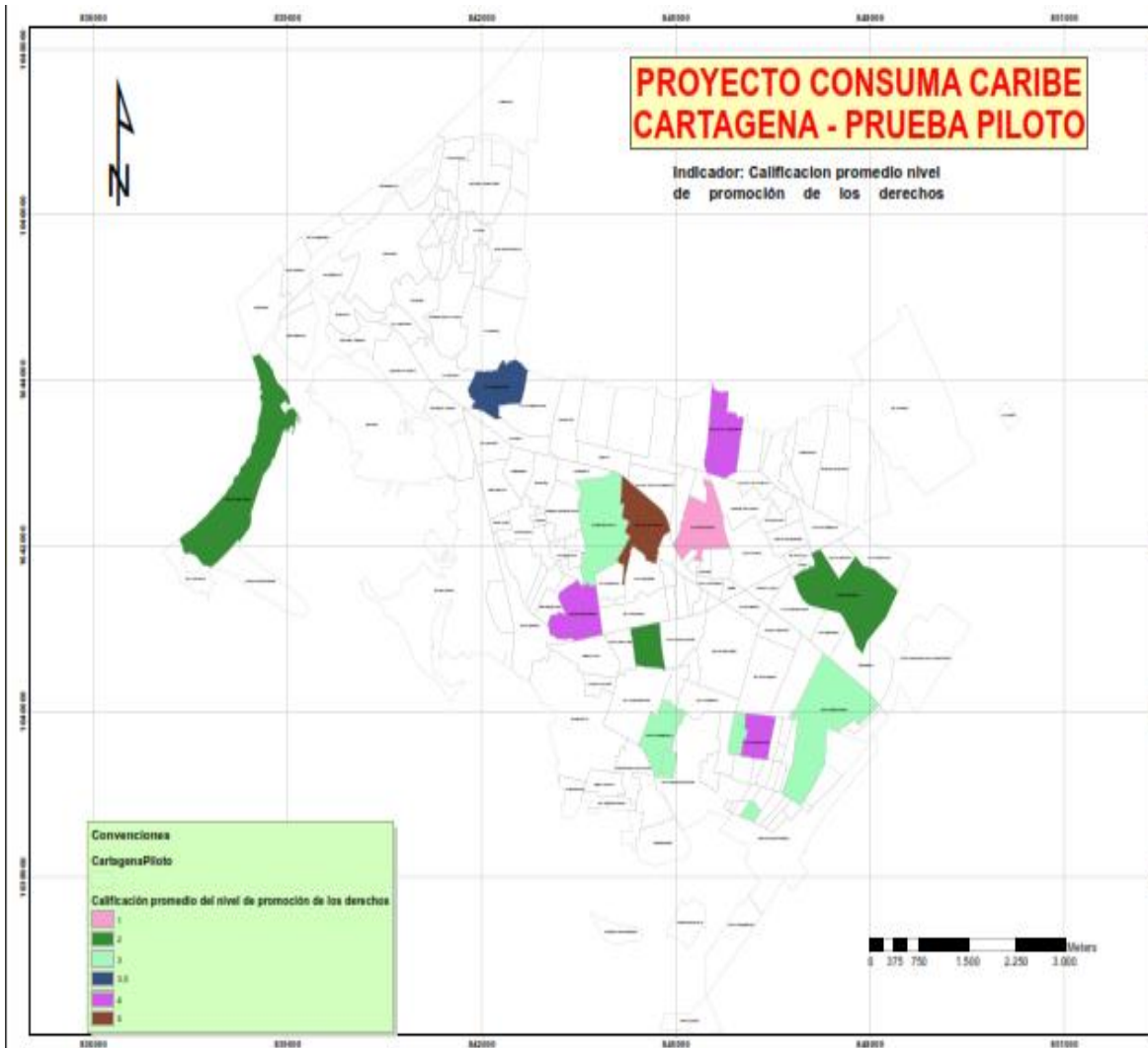
Protección y Promoción de Derechos de los Consumidores

La promoción y la protección son dos actividades a cargo de las instituciones en desarrollo de la política pública respectiva. Según el RAE, promover es “Iniciar o impulsar una cosa o un proceso, procurando su logro”, “Tomar la iniciativa para la realización o el logro de algo”, quiere decir ello que a las autoridades nacionales y territoriales les compete impulsar en el territorio los derechos para que el ciudadano sea consciente de su existencia y así en caso de vulneración puedan reclamar la protección.

Para determinar el nivel de protección y promoción se plantea a los encuestados una pregunta con opción de 1 a 5, siendo 1 la opción pésima y 5 la opción marcada como excelente, en este ítem responden los ciudadanos que de 1 a 5, el nivel de protección/desprotección es de 2,7 % frente a un nivel de promoción de 3,05%.



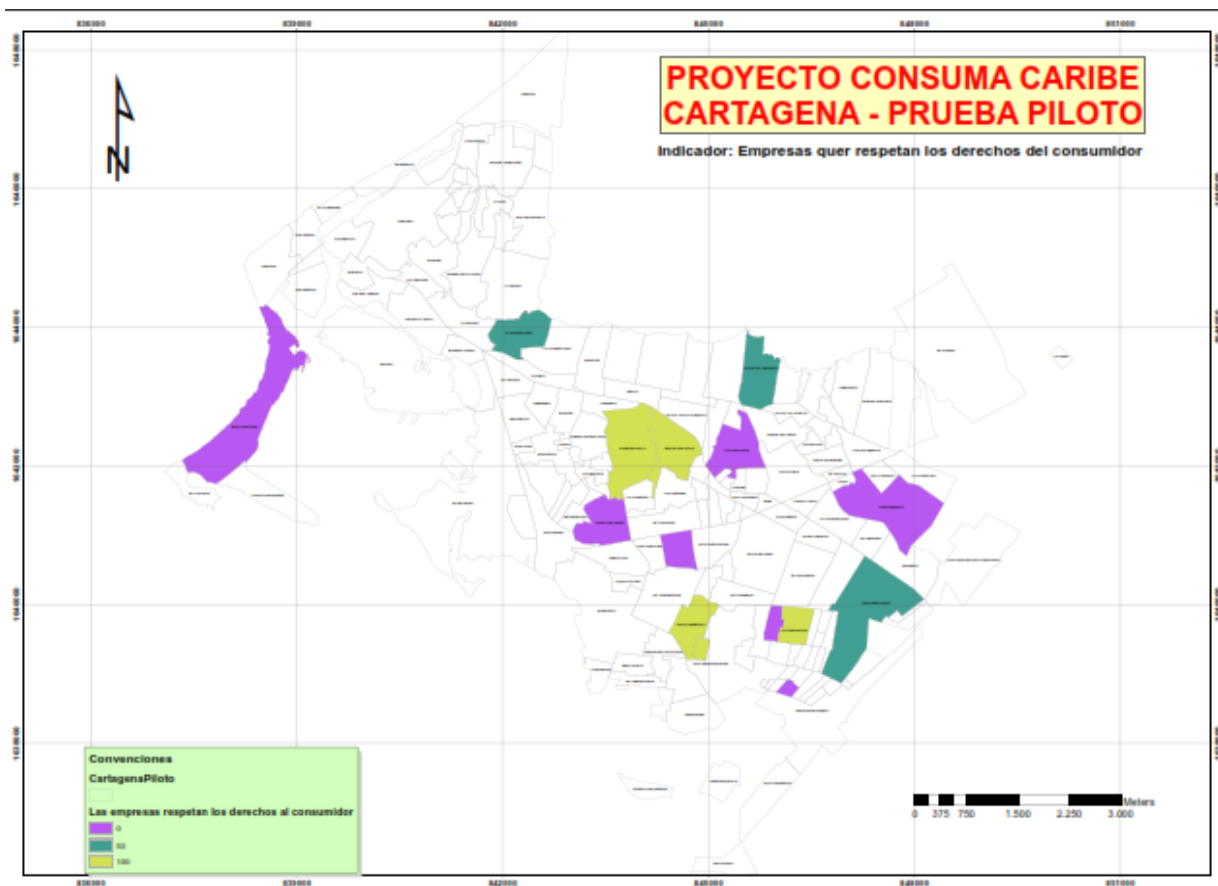
Mapa No. 5 Calificación nivel de protección



Mapa No. 6. Calificación nivel de promoción

Empresas y Derechos de los Consumidores

En este ítem responden los encuestados que el 55% de las empresas no respetan sus derechos como consumidores y el 55 % de las personas ha tenido inconvenientes por la compra de un bien o servicio, aspecto que merece ser analizado con mayor detenimiento porque en este sentido los usuarios consideran que las prácticas empresariales lesionan sus derechos, circunstancia que se concreta en inconvenientes relacionados con la adquisición de bienes o servicios por ejemplo, publicidad engañosa, problemas con las garantías, productos defectuosos y otros.



Mapa No.7 Empresas y respeto de derechos

II. Datos entrevistas informantes clave

Eje uno: Educación y participación

Para evaluar este componente se realizaron 5 entrevistas en profundidad a ciudadanos. Los ciudadanos entrevistados no tienen un concepto o noción clara sobre que es el derecho del consumo. De los cinco entrevistados, solo dos tienen una noción vaga sobre lo que es el derecho del consumo; que no tienen conocimiento de la totalidad de los derechos consagrados en la ley 1480 de 2011, de los cinco entrevistados, cuatro conocen dos o un derecho entre los que están el derecho a recibir información, derecho a recibir productos de calidad, derecho a recibir protección contra publicidad engañosa y derecho a la reclamación.

Además que tres de los cinco entrevistados tienen alguna claridad de cómo proceder ante una eventual vulneración de sus derechos como consumidores, pues manifiestan que reclamarían en primera medida ante la oficina del consumidor o la empresa que les vendió el producto. Pero en términos generales, no saben cuáles son las autoridades establecidas en su municipio por la ley para proteger sus derechos como consumidor; solo dos de los entrevistados mencionaron algunas entidades como la defensoría del pueblo, personería, Superintendencia de industria y comercio, superintendencia de servicios públicos y oficina

del consumidor; y que solo a dos de los entrevistados le han violado sus derechos como consumidores, pero, en vez de enunciar que derechos les fueron vulnerados, señalan a las empresas que según ellos violan sus derechos, teniendo dificultad para señalar la vulneración, por lo que se evidencia la poca claridad de sus derechos como consumidores. En lo que respecta a este componente, se puede concluir que en la ciudad de Cartagena los consumidores tienen conocimientos escasos sobre sus derechos y de las entidades encargadas de defender y promocionar sus derechos.

Eje II. Regionalización o desconcentración de los trámites a través de los cuales los consumidores reclaman sus derechos.

Para evaluar este componente se realizaron cuatro(4) entrevistas a directores de organizaciones de base de la ciudad de Cartagena, (1)funcionario de la oficina de protección al consumidor,(1) un funcionario de la superintendencia de sociedades, (1) funcionario de la alcaldía mayor de Cartagena y (3) funcionarios de las alcaldías locales de Cartagena.

En lo que respecta a las entrevistas realizadas a los directivos de organizaciones de base, se entrevistaron a cuatro directores de consultorios jurídicos de la ciudad de Cartagena. A través de estas entrevistas se pudo establecer que no todos los consultorios jurídicos tienen claridad sobre si la conciliación es un requisito de procedibilidad en materia de derecho del consumo, ya que dos de los cuatro entrevistados afirmaron que la conciliación si sería un requisito de procedibilidad en el marco de la ley 1480 de 2011, afirma un entrevistado que la ley 1480 de 2011 le da la posibilidad al consumidor de optar entre la conciliación extrajudicial o la reclamación directa.

El otro entrevistado afirma que la naturaleza de los derechos de los consumidores no se opone a que sean ventilados en centros de conciliación. Los otros dos entrevistados afirman que la conciliación no sería requisito de procedibilidad por cuanto la ley 1480 de 2011 le resto protagonismo a la conciliación y porque según el otro entrevistado, la ley 1480 no lo establece y falta aclarar y desarrollar el artículo 64 de la misma.

Dos de los cuatro entrevistados afirmaron que se hace necesario que se constituyan ligas universitaria de consumidores pues las mismas brillan por su ausencia en el territorio, las mismas serian un gran apoyo para los consultorios jurídicos y el otro entrevistado afirma que servirían de plataforma temática para futuras capacitaciones a los estudiantes.

Los otros dos entrevistados manifestaron que no es necesaria la constitución de ligas universitarias de consumidores; que los consultorios jurídicos coadyuvarían en la protección y promoción de los derechos de los consumidores mediante la realización de campañas dirigidas a los consumidores, realizando conciliaciones, con alianzas para enseñarles a los consumidores los tramites que se surten a través del portal web; y que aun no se ha implementado el sistema de información en trámites propios de las funciones asignadas a la SIC que establece el artículo 64 de la ley 1480 de 2011, solo uno de los cuatro entrevistados está implementando este sistema.

En lo que respecta a las entrevistas realizadas a los funcionarios, se entrevistaron a cuatro funcionarios de la ciudad de Cartagena, a saber: Un funcionario de la secretaria del interior, un funcionario de la alcaldía de la localidad No.1, un funcionario de la alcaldía de la localidad No.2 y un funcionario de la alcaldía de la localidad No. 3. los funcionarios de las alcaldías locales manifiestan que en dichas alcaldías se reciben y tramitan las quejas, haciendo visitas a los establecimientos que afectan los derechos de los consumidores; que los derechos más reclamados por los consumidores ante las alcaldías locales son falsa publicidad, estafa a los turistas, precios demasiado altos, lista de precios, garantías, publicidad engañosa, abuso en precios y medidas; que en las alcaldías locales se llevan estadísticas de las quejas presentadas por los consumidores.

El funcionario de la Secretaria del Interior del Distrito de Cartagena manifiesta que en esa dependencia no llevan este tipo de estadísticas porque son las alcaldías locales las que deben llevarlas; que la secretaria del interior no promueve actividades para el conocimiento y defensa de los derechos de los consumidores, mientras que los funcionarios de las alcaldías locales lo hacen a través de las visitas u operativos a los establecimientos de comercio, prevención y promoción de las listas de precio y socializaciones con los presidentes de las juntas de acción comunal de la localidad y los ediles.

Los datos apuntan a sostener que no está implementando aun el sistema de información de tramites propios de las funciones asignadas a la SIC establecido en el artículo 64 de la ley 1480 de 2011, debido a que en el Distrito de Cartagena no existe reglamentación alguna de la ley 1480 de 2011; en consecuencia, no está implementando aun el sistema de regionalización de las funciones asignadas a la SIC establecido en el artículo 64 de la ley 1480 de 2011, además no se ha instalado, ni entrado en funcionamiento el consejo distrital de protección al consumidor en la ciudad de Cartagena.

Los datos capturados y analizados de la entrevista realizada al funcionario de la superintendencia de sociedades encargado de la protección a los consumidores, se puede establecer que en esta dependencia se reciben denuncias referentes a conflictos originados en las relaciones de consumo que pudieran afectar de manera general a la población local y demandas de protección al consumidor para la protección de los derechos del consumidor como derechos subjetivos patrimoniales, pero que no están implementando los sistemas de información de tramites propios asignados a la SIC y tampoco se está implementando el sistema de regionalización de las funciones asignadas a la SIC; es decir, no se ha desconcentrado o regionalizado las funciones de la SIC, por lo que en la dependencia de protección al consumidor de la supersociedades no se resuelven de fondo las demandas y denuncias que presentan los consumidores, puesto que todo se resuelve en la sede principal de la SIC en Bogotá.

En lo que respecta a este componente, se puede concluir, que en la ciudad de Cartagena, son pocas las autoridades con competencia en materia de defensa y promoción de los consumidores, por cuanto no hay sede u oficina de la SIC y de ninguna otra superintendencia que tenga competencia en asuntos del consumidor, solo se cuenta con una oficina encargada de protección al consumidor que opera en la superintendencia de sociedades, oficina en la que solo se reciben denuncias y demandas de protección al consumidor, mas no se resuelven de fondo las misma, ya que todas las denuncias y demandas que se reciben en esta oficina se resuelven de fondo en la sede principal de

la SIC en Bogotá, es decir, en esta oficina de la superintendencia de sociedades no se han implementando los sistemas de información en tramites propios de la SIC y el de regionalización de las funciones de la SIC, que son de mucha importancia por cuanto desconcentran las funciones de la SIC. Esta misma situación se presenta en la alcaldía mayor de Cartagena y en las alcaldías locales así como en los consultorios jurídicos, lo que implica que a los consumidores de la ciudad de Cartagena les es más difícil acudir ante la SIC para reclamar la defensa de sus derechos, por cuanto los circuitos institucionales establecidos para defender y promocionar sus derechos se encuentran concentrados en la ciudad de Bogotá.

Eje III. Asesoría y apoyo de los alcaldes locales

Del análisis de los datos se pudo establecer que las alcaldías locales no están cumpliendo con las facultades administrativas de inspección y vigilancia contempladas en la ley 1480 de 2011, por cuanto en el Distrito de Cartagena de Indias aun no se ha implementado o reglamentado el nuevo estatuto del consumidor. En lo que respecta a la Secretaria del Interior, tampoco ejerce esas facultades pues no existe una reglamentación de la ley 1480 de 2011 y la reglamentación que existe no está a tono con la ley 1480 de 2011; que los competentes para conocer las quejas de los consumidores son, según la secretaria del interior, las alcaldías locales de conformidad con el artículo 22 del Decreto Distrital 581 de 2004 y el acuerdo 020 de 2004, en estas normas se establecieron funciones y atribuciones a las alcaldías locales con base en el decreto ley 3466 de 1982, el cual ha perdido vigencia ante la ley 1480 de 2011.

En términos generales cuando se cruza los datos obtenidos en las encuestas y el análisis cualitativo de las entrevistas a informantes claves la tendencia muestra fisuras en el territorio en materia de promoción y protección de los derechos de los consumidores, porque no existe articulación con la política pública nacional en la materia, aspecto que plantea la necesidad de estrategias de complementariedad desde el territorio en pos de la protección de los consumidores y de buenas practicas de consumo por parte de oferentes de bienes y servicios.

Conclusiones

Concluido el trabajo de campo y analizada la información primaria, es necesario responder a la pregunta problema planteada : Es real y efectiva la promoción y protección de los derechos de los consumidores por parte de las autoridades competentes en asuntos de protección al consumidor en la ciudad de Cartagena? En ese sentido la aproximación inicial es bastante crítica porque:

- En materia de protección y promoción de los derechos de los consumidores en el Distrito de Cartagena aun se sigue aplicando el estatuto del consumidor anterior, el decreto ley 3466 de 1982.
- Es decir, en el Distrito de Cartagena no tiene aplicabilidad la ley 1480 de 2011 en materia de promoción y protección, por falta de reglamentación de la misma, por lo que la alcaldía mayor de Cartagena y las tres alcaldías locales no están ejerciendo las facultades administrativas de inspección, vigilancia y control que les confiere el artículo 62 de la ley 1480.

- Teniendo en cuenta esto, no hay regionalización efectiva de la política pública de promoción y protección de los derechos del consumidor.
- Los consultorios jurídicos universitarios apoyan en los trámites a los usuarios.
- La gente desconoce la existencia de la Asociación de consumidores local
- Que los datos son relevantes al establecer por una parte el desconocimiento de los derechos de adquirentes de bienes y servicios, que las prácticas empresariales no son respetuosas de los usuarios y que se desconocen los puntos de atención territorial para iniciar la ruta de protección de derechos.

Bibliografía

Congreso de la república de Colombia. Ley 1480 de 2011. Recuperado de <http://www.senadodelarepublica.gov.co>.

Corte Constitucional de la República de Colombia. Sentencia T-406 de 1992.

Corte Constitucional de la República de Colombia. Sentencia C-1140 de 2000

Giraldo, Caycedo y Madriñan. (2012). Comentarios al nuevo estatuto del consumidor. Bogotá, Colombia: Editorial Legis.

López, C. (2003). Derechos del consumidor: Consagración constitucional en Latinoamérica. *Revista Mercatoria*. 2(2), 1-42.

Superintendencia de Industria y Comercio (2014) . Estado actual de la protección al consumidor en el territorio nacional.