

# MECANISMOS Y ACCIONES PARA LA PROTECCIÓN DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN COLOMBIA

Mechanisms and actions for the protection of the right to information of consumers in colombia

---

Esperanza Fajardo Pinzón\*  
UNISANGIL

---

## Resumen

Este artículo de investigación trata el tema referente al derecho a la información que puede ejercer y hacer cumplir el consumidor colombiano, del cual se obtiene como resultado los mecanismos y acciones de protección al derecho anteriormente mencionado ya que es de vital importancia en las relaciones de consumo que se dan entre los proveedores, productores y consumidores. Se dará desarrollo a este haciendo uso de la metodología cualitativa, mediante una revisión documental de la normatividad, libros, artículos académicos y páginas web, el problema de investigación del cual se deriva lo anterior es: ¿cuál es el alcance del derecho a la información como instrumento para el restablecimiento del equilibrio jurídico de las relaciones de consumo? en ese sentido por medio del presente artículo se puede concluir que los productores en Colombia tienen el deber de suministrar en debida forma la información completa de un determinado producto y que existen variedad de mecanismos y acciones para hacer efectiva la protección del derecho a la información, entre ellos la denuncia, la demanda ante la Superintendencia de industria y comercio, las acciones populares y de grupo, las de responsabilidad por daños por producto defectuoso, entre otros enfocando por medio del presente la relevancia que adquieren estos

mecanismos teniendo en cuenta el ejercicio de protección que se puede invocar a través de estos.

## Abstract

This research article deals with the issue regarding the right to information that Colombian consumers can exercise and enforce, which results in the mechanisms and actions to protect the aforementioned right as it is of vital importance in consumer relations that occur between suppliers, producers and consumers. This will be developed using the qualitative methodology, through a documentary review of regulations, books, academic articles and web pages, the research problem from which the above is derived is: what is the scope of the right to information as an instrument for the restoration of the legal balance of consumer relations? In this sense, through this article it can be concluded that producers in Colombia have a duty to provide in due form the complete information of a certain product and that there are a variety of mechanisms and actions to enforce the protection of the right to information, among them the denunciation, the demand before the Superintendence of industry and commerce, the popular and group actions, those of responsibility for damages

---

\*Docente Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, Unisangil sede Chiquinquirá.

by defective product, among others focusing by means of the present the relevance that these mechanisms acquire taking into account the exercise of protection that can be invoked through these.

### Palabras Claves.

Consumidor, mecanismos, proveedores, Protección, relaciones B2C

### Key Words.

Consumer, mechanisms, suppliers, Protection, B2C relations

## Introducción

Surge la iniciativa de realizar esta investigación debido a que el derecho a la información adquiere una especial relevancia para el consumidor, pues es así como lo establece la (Constitución Política de Colombia, 1991, art. 78, Pág. 21) expresando que “la ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización” y (Constitución Política de Colombia, 1991, art. 20, Pág. 4) señala que “toda persona tiene el derecho a recibir una información veraz e imparcial”; El presente artículo de investigación se enfoca en el tema del consumo, donde se establecen los mecanismos y acciones para la protección de este derecho dando a conocer a los consumidores colombianos de que dichos mecanismos o acciones existen y cual deben interponer en un determinado caso. La metodología con la cual se desarrollará el presente artículo se deriva del carácter descriptivo a través de un enfoque cualitativo fundamentado en que se desplegará mediante el método de revisión documental de la normatividad, libros, artículos académicos, páginas web etc. Finalmente se puede determinar cuál es el alcance de la protección del derecho a la información, el cual ha generado cambios positivos para el

usuario que anteriormente se encontraba en una desventaja en relación con la empresa, pero también se puede analizar que a pesar de existir amplia regulación, mecanismos y acciones se sigue vulnerado este derecho prueba de ello son las multas realizadas por la Superintendencia De Industria Y Comercio en los últimos años.



## Metodología

El presente artículo es desarrollado a través de una metodología de carácter descriptivo, la cual esta sostenida por medio de un enfoque cualitativo, en ese sentido es clara la recolección y registro de la información, así como la recopilación de esta contenida en libros, artículos académicos, páginas web, bases de datos, conceptos de la Superintendencia de Industria y Comercio, seleccionando aquella encaminada al objeto de estudio de la investigación dando prelación a la constitución política, estatuto del consumidor, leyes, decretos, conceptos y resoluciones, jurisprudencia de la corte constitucional sobre el derecho a la información y análisis de la información.

## Resultados

### Generalidades del derecho a la información de los consumidores en Colombia

El derecho a la información adquiere una especial relevancia debido a que se incorpora en la constitución política de 1991 en su artículo 78 mediante el cual expresa que: “La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización”. (Constitución Política de Colombia, 1991, art. 78, Pág. 21) también es importante resaltar el artículo 20 de la anterior norma mencionada donde “toda persona tiene el derecho a recibir una información veraz e imparcial” (Constitución Política de Colombia, 1991, art. 20, Pág. 4) mediante la (Ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor, art. 23) se establece que “todos los productores y proveedores deberán suministrar información clara, precisa, completa, veraz y suficiente de los productos que se ofrezcan en el mercado”, de todo lo anterior se puede analizar la protección constitucional y el carácter especial que tiene el derecho a la información para los consumidores colombianos, de este modo cuando algún sujeto adquiere en el mercado algún producto que no contiene la información completa y suficiente este puede hacer un reclamo de forma directa al productor o proveedor. La exigencia de suministrar dicha información genera un balance y una igualdad entre el usuario y la empresa, ya que el primero está en el libre ejercicio de elección frente a la compra de un determinado producto teniendo el pleno consentimiento de que adversidades o perjuicios le puede ocasionar al consumir lo que está comprando.

Con toda la regulación citada se puede decir que Colombia cuenta con una amplia protección

frente al derecho a la información, pero ahora bien la pregunta es la siguiente ¿dichas normas son efectivas frente a los posibles abusos de los productores? a pesar de existir una amplia protección esta no resulta efectiva, prueba de ello son los casos mediante los cuales se vulnera a los consumidores un derecho de vital importancia como lo es el de la información. Ahora, para dar inicio respecto aquellos casos en los que se ha pronunciado la corte constitucional y en los cuales se ha dejado en evidencia los abusos por parte de productores y proveedores hacia aquellos consumidores que por falta de información se les han quebrantado sus derechos, se da precedencia al siguiente análisis jurisprudencial.

En esta oportunidad la (Sentencia C-542, 2017) debe considerarse como sentencia Hito, ya que por primera vez la Corte Constitucional se pronuncia a favor del derecho de los consumidores a recibir información sobre los efectos que tienen las bebidas azucaradas en su salud, también la Corte recordó que la libertad de expresión no solo comprende el derecho a expresar el propio pensamiento, sino también el derecho de buscar, recibir, acceder y difundir información.

Adicionalmente, dando continuidad al hilo conector del presente análisis la (Sentencia T- 145, 2004) resalta la importancia de la obligación que tiene el productor de otorgar a los consumidores la información que este divulga bajo su responsabilidad como lo son: modo de fabricación del producto, componentes, volumen, peso y todo lo referente a esto recalando que esta información debe ser clara, veraz y oportuna.

Se evidencia también, como la corte constitucional en (Sentencia T-333, 2000) establece la importancia del acceso a la información sobre la composición y efectos de bienes y servicios al cual tienen derecho los

consumidores colombianos, de este modo al tener conocimiento de dichos efectos adversos se pueden evitar daños a la salud.

Para finalizar el tema jurisprudencial es importante resaltar la (Sentencia 9758, 2019) caso en el cual la demandante INGRITH PARRA JIMÉNEZ señala que firmó un contrato sobre capacitación educativa pensando de forma errónea que se trataba de una autorización para recibir información con relación a los costos del mismo, frente a estos hechos la Superintendencia De Industria Y Comercio se pronunció diciendo que los consumidores colombianos tienen al deber de leer detalladamente e informarse de los contratos que realiza, dejando claro que esta obligación no solo es de los productores o proveedores como en las sentencias anteriormente analizadas se estableció, pues así como los sujetos tienen derechos también deben cumplir con ciertos deberes, recalcando de esta forma que en las relaciones comerciales en materia de contratos las partes deben cumplir en sentido estricto las obligaciones allí obtenidas.

De ese modo se puede determinar que en nuestro ordenamiento jurídico la protección jurisprudencial abarca ampliamente diversos casos y de forma efectiva induce en la defensa del derecho a la información, por ende, se puede otorgar y garantizar que los consumidores de forma libre accedan y adquieran los productos necesarios, teniendo en cuenta que al haber un uso adecuado de información difícilmente se quebrantarán los derechos de estos.

Por medio de distinta doctrina también se ha dejado al descubierto la problemática causada a los consumidores, tal es el caso de las multas a empresas muy reconocidas en nuestro país como lo son: CLARO, ETB, MOVISTAR Y TIGO-UNE que fueron multadas porque “Los operadores incurrieron en irregularidades derivadas del hecho de no entregar la

información completa a los consumidores para que disfrutaran de manera correcta la navegación ofrecida en los paquetes y promociones de dicho servicio”.

(Comercio S. D., Superindustria impone multas a CLARO, ETB, MOVISTAR y TIGO-UNE por deficiencias en la prestación del servicio de Internet Banda Ancha (Hogar), 2018). Pues si esto se da por parte de empresas tan importantes que tienen como objetivo velar por mantener un buen nombre aún más será los casos de falta de información en los comerciantes de pequeña categoría.

Otro caso es el de multas por más de 30 millones de pesos por fallas en servicios postales y de telecomunicaciones en 2018.

“Las tipologías más representativas por sector fueron: en el sector de telecomunicaciones en las regiones de Orinoquía, Andina y la ciudad de Bogotá. La que presentó más trámites e incumplimientos fue fallas en el deber de informar al usuario de manera clara, precisa y oportuna”.

(Comercio S. d., 2018)

De este modo se puede determinar que, a pesar de existir una amplia protección constitucional el derecho a la información se vulnera y de manera reciente pues esto ocurrió el año pasado, es por ello que se debe realizar una prevención es decir evitar que esto ocurra para así tomar una medida al respecto, generar conciencia a las diferentes empresas de los perjuicios ocasionados a los usuarios para que de esta forma se presente una mejor calidad en la prestación de sus servicios.

Y el último caso que se analiza es el de multa por **\$ 740 millones** de pesos a **COMERCIALIZADORA DE FRANQUICIAS S.A.** (conocida como **TICKETSHOP**) debido a información y publicidad engañosa en venta ficticia de 6.000 boletas para el partido de fútbol Colombia vs Brasil, la Superintendencia De Industria Y Comercio encuentra que:



“los investigados publicaron información no veraz, inverificable e incompleta en su página web, induciendo en error a miles de consumidores colombianos sobre la fecha y condiciones en que podían adquirir boletas para el evento “Partido Colombia contra Brasil”, en el marco de un acuerdo suscrito con otras personas (naturales y jurídicas), con el objeto de desviar masivamente boletas para revenderlas a un mayor precio”.  
(Comercio S. d., 2018)

#### Definición del derecho de información

Antes de entrar en materia frente a los mecanismos de protección al derecho a la información de los consumidores, se definirá la información como un aspecto obligatorio en los productos ofrecidos en el mercado, siendo así una obligación para los productores o proveedores y un derecho para los consumidores, comunicando de esta forma si las condiciones respecto las cuales se encuentra un producto son las indicadas frente a los estándares que busca satisfacer las necesidades de los consumidores, o simplemente el importante hecho de advertir los riesgos que trae consigo un producto como claro ejemplo de esto son las contraindicaciones.

Destacando el tema de la información tal como lo afirma (Villalba Cuellar, 2012, Pág.208-209), en su libro introducción al Derecho del Consumo, “la información en las relaciones jurídicas y económicas es un elemento fundamental para los agentes del mercado. La asimetría de las relaciones entre productor y consumidor encuentra asidero, entre otros aspectos, en el conocimiento especializado que tiene el productor y el poder que le confiere tener toda la información es relevante para la celebración de negocios con los consumidores”. concluyendo de esta forma como el autor resalta la facultad que tienen los productores de ser los principales encargados de proporcionar la debida información, dejando

en este caso la carga principal a quienes crean y comercializan los productos, recalcando así que con el implemento de la información difícilmente habrá un desequilibrio en las relaciones comerciales.

Lo anterior también es respaldado por (Morgestein Sánchez, 2015, pág. 203 ) que en su artículo cita a (Namén, 2009,pág.10) “Desde una perspectiva doctrinaria, la información puede definirse como “un elemento de conocimiento suministrado obligatoriamente por una de las partes contratantes (deudor de la obligación de información) a la otra parte (acreedor de la obligación de información)”. En este caso la objetividad del autor permite deducir como necesariamente este derecho se enfoca en determinar que ambas partes tienen la responsabilidad en el tema referente a la información, lo cual es obvio analizando que no siempre la carga se debe dejar a los productores, pues en algunos casos los consumidores omiten analizar las características técnicas y de origen de los distintos productos y servicios generando de esta manera una auto vulneración a sus propios derechos.

Es así como el investigador (Pico, 2017, pág.317) toca el tema de “la información en materia de consumo y los datos que se transmiten no pueden agotarse en el producto objeto de negocio, debe también alcanzar los derechos pre, pos y extracontractuales que le permitan al usuario saber de las facultades con las que cuenta para exigir las pretensiones que puedan derivar de su vínculo con el producto, el productor o el distribuidor”. Deduciendo que el derecho a la información no tiene límites ya que su alcance debe cubrir todas las etapas derivadas de la relación de consumo, razón por la cual se precisa con la anterior cita que los derechos de los consumidores albergan una protección antes, durante y después de su adquisición.

Habiendo concluido los conceptos emitidos por los autores citados a continuación se infiere que el deber de la información acoge el tema de la publicidad engañosa, la indicación de precios, y por último la veracidad de los contenidos de las etiquetas, estos son un complemento importante en cuanto al derecho que tiene el usuario de recibir información, pues no es solo saber las contraindicaciones si no también el poder identificar cuando un sujeto se encuentra en un caso de publicidad engañosa, también tener el pleno conocimiento del precio total del producto que quiere comprar para así quizá poder comparar en varios lugares y decidir en qué establecimiento lo adquiere y finalmente está el tema de etiquetado en los productos donde se le brinda una protección al consumidor, pues aquí se obliga al productor a indicar toda clase de información siendo necesario que el contenido nutricional del etiquetado cumpla con la realidad del producto sin incurrir en engaños o abusos porque si lo hace es candidato a una multa impuesta por la Superintendencia de Industria Y Comercio, a continuación se explica más a fondo los temas anteriormente mencionados.

**Publicidad engañosa.** Esto se da cuando en una actividad de publicidad la información que se brinda induce a error o confusión al consumidor, pues es así como (Salazar, 2015, pág. 147) cita al estatuto del consumidor que define la publicidad engañosa como “aquella cuyo mensaje no corresponde a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión.

En el tema de normatividad la (Ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor , art. 30) establece que: “está prohibida la publicidad engañosa. El anunciante será responsable de los perjuicios que cause la publicidad engañosa. El medio de comunicación será responsable solidariamente solo si se comprueba dolo o culpa grave”. También se establece las causales

de exoneración de responsabilidad las cuales son: fuerza mayor, caso fortuito o cuando dicha publicidad fue alterada o suplantada sin que esto se hubiese podido evitar.

Otro autor importante que toca el tema de la publicidad engañosa es el doctor (Cuellar, 2012, pág. 198) quien cita la circular única de la Superintendencia De Industria Y Comercio que define la información engañosa como: “la propaganda comercial, marca o leyenda de cualquier manera, incluida su presentación, induzca a error o pueda inducir a error a los consumidores o personas a las que se dirige o afecta”. Es decir, este tema garantiza el cuidado de aquellos casos en los cuales a causa de la inducción a engaño por parte de los proveedores y productores se promueve a error la elección de un determinado bien o servicio.

**Indicación de precios.** El precio se considera como un elemento esencial del contrato, es por ello que la ley 1480 de 2011 implementa la obligación de todo proveedor o expendedor de indicar los precios máximos al público de los bienes o servicios que se ofrezcan, así como es de carácter obligatorio proporcionar información como precauciones o contraindicaciones en un producto lanzado al mercado es sumamente importante indicar el precio del mismo, es por ello que nuevamente el doctor (Villalba, 2012, pág.206) establece que el nuevo estatuto del consumidor “amplia la reglamentación del deber de información y se hace mención expresa al deber de incluir todos los costos adicionales que incluyan en el precio final”. Pero todo esto en la realidad no se cumple en debida forma ya que muchas veces en el momento de comparar un producto este no cuenta con el precio y los consumidores deben preguntar por el para así decidir si lo toma o no.

Respecto a este tema se ha pronunciado la Superintendencia De Industria Y Comercio

mediante (Circular externa N° 007, 2017) expresando que “en cualquier sistema de información pública de precios dirigida a los consumidores se deberá indicar en pesos colombianos el precio total del producto, incluidos todos los costos adicionales e impuestos a que hubiere lugar, sin perjuicio de su discriminación en las facturas conforme a las disposiciones tributarias”. Por medio de la anterior referencia se destaca en este caso la importancia del valor de los productos y servicios como una característica fundamental del derecho a la información, es por ello que este aspecto toma principal relevancia teniendo en cuenta que la indicación de precios es una cualidad imprescindible a la hora de elegir por parte de los consumidores un bien o servicio por eso si este se encuentra extralimitado respecto a las disposiciones tributarias será claramente un quebranto para los derechos de los mismos.

Esta (Circular externa N° 007, 2017) también establece los medios donde se debe indicar el precio del producto:

“1. En el cuerpo del producto por medio de una impresión o etiqueta adherida o su respectivo envase o empaque. 2. En las listas, visibles al público. 3. En las etiquetas colocadas en los estantes y demás siempre que el producto este codificado en el programa de facturación que utilice el establecimiento. 4. En la forma contigua a la imagen o descripción del producto en ventas a distancia, mediante catálogo folleto o comercio electrónico. La anterior circular señala no solo la importancia del valor del producto, si no también lo convierte en un deber de la información especificando la correcta publicidad en general de su exhibición.”

**Veracidad de los contenidos de las etiquetas** la (Ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor, art.17) establece la obligatoriedad de señalar en las etiquetas las indicaciones,

contraindicaciones y la nocividad del producto que será ofrecido en el mercado colombiano es decir indicar toda la información clara, veraz y suficiente que se requiere.

En Colombia se ha creado diferente regulación sobre el tema de etiquetado de producto entre ellas encontramos el pronunciamiento que ha hecho el Ministerio De La Protección Social. A través de la (Resolución 5009, 2005)” mediante la cual se estipula el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano, ahora bien, se establecen cuales son aquellos requisitos: que la etiqueta no debe describir al producto de manera falsa es decir que este no corresponda con la realidad, la etiqueta no deberá estar en contacto directo con el alimento, Los alimentos que declaren en su rotulado que su contenido es 100% natural no deberán contener aditivos etc.”

En ese sentido nuevamente el Ministerio De La Protección Social. (Resolución 288, 2008) establece el reglamento técnico a través del cual se señalan las condiciones y requisitos que debe cumplir el rotulado o etiquetado nutricional de los alimentos envasados o empacados nacionales e importados para consumo humano que se comercialicen en el territorio nacional, El rotulado nutricional no deberá describir o presentar el alimento de forma falsa, equívoca o engañosa, la información que se facilite a los consumidores en la declaración de nutrientes deberá ser veraz y tendrá por objeto suministrar un perfil adecuado de los nutrientes contenidos en el alimento, La información nutricional convendrá aparecer en idioma español y adicionalmente podrá figurar en otro idioma.

Para concluir el tema de la veracidad de los contenidos de las etiquetas el Instituto Nacional De Vigilancia de Medicamentos Y



Alimentos mediante (Resolución 243710, 1999) se fijan pautas sobre las etiquetas, empaques y rótulos, el uso de sticker que deberán siempre colocarse en sitios visibles y legibles al público y autorizaciones de agotamiento de empaques, las leyendas en los empaques, rótulos y etiquetas.

Respecto a las resoluciones analizadas es oportuno aclarar como por medio de este marco normativo se regula la forma precisa del contenido que debe estar implícito en los empaques, siendo este necesario, pues no se puede dejar de lado que al tener precisión de los ingredientes y el origen de un producto se puede saber si este es factible o no para el sujeto que lo desea adquirir aclarándole por medio de las contraindicaciones el peligro al que este puede estar expuesto; de esa forma resguardando también el derecho a la salud, pues un producto que no cuente con esta característica y el contenido nutricional crea un riesgo de cierta forma para los consumidores.

### Mecanismos Para La Protección Al Derecho A La Información De Los Consumidores En Colombia.

Para dar inicio al tema principal sobre el cual se basa este artículo se menciona en forma inicial la denuncia ante la Superintendencia de Industria y Comercio cuando se quiere proteger el interés general de los consumidores, la Superintendencia inicia una investigación de carácter administrativo, la cual puede tener como fin interponer una sanción al productor o proveedor, y la demanda ante la misma entidad si se busca la reparación, cambio del bien, devolución del dinero. Además, se puede requerir la debida indemnización por los perjuicios que se ocasionaron como consecuencia de la información engañosa, o todo lo que se deriva de la prestación de servicios que acarrea la entrega de un

respectivo bien, dicha demanda debe contener los requisitos del artículo 82 y siguientes del Código General del Proceso. Mediante esta se puede solicitar el respectivo cumplimiento de los derechos que tiene el consumidor, antes de radicar la demanda el usuario debe agotar tres requisitos que son: Reclamo directo ante el proveedor de forma verbal, telefónicamente y por escrito.

### PROCEDIMIENTO GENERAL QUE SIGUE UNA DENUNCIA O DEMANDA

Radicalar la denuncia o demanda anexando los documentos que la respaldan. Si desea efectuarla vía Internet debe seguir los pasos indicados en la página Web de la Entidad o Diríjase a: Oficina de la Entidad carrera 13 No. 27 - 00 piso 3 Bogotá D.C.

Consultar periódicamente el estado de la solicitud indicando o el número de radicación asignado al momento de la presentación.

Presentar respuesta de manera oportuna, en caso que se considere necesaria información adicional. Diríjase a: Oficina de la Entidad carrera 13 No. 27 - 00 piso 3 Bogotá D.C.

Notificar se de la decisión final. Diríjase a: Oficina de la Entidad carrera 13 No. 27 - 00 piso 3 Bogotá D.C.

Información: Superintendencia De Industria Y Comercio  
Pág. Web.

Una vez establecidos los mecanismos es importante resaltar la existencia de la Red Nacional de Protección al Consumidor que tiene como principal objetivo "Defender los derechos e intereses comerciales y económicos de los consumidores colombianos frente a los posibles abusos y engaños de los proveedores de bienes y servicios". La Corte Constitucional en



(Sentencia C-973, 2002) explicó que el artículo 78 de la Constitución: “Impone la obligación al Estado de garantizar la participación de los consumidores en el estudio y discusión de las normas que les conciernen, y hace referencia a las acciones populares y de grupo, mediante las organizaciones y asociaciones de ligas de consumidores para de este modo proteger los derechos de los consumidores”.

La Red anteriormente mencionada tiene el deber de promover y apoyar para que los consumidores puedan ejercer sus derechos derivados de las relaciones de consumo, otra función que tiene es correr traslado a la autoridad competente frente a las reclamaciones administrativas y por último se encuentra en el deber de apoyar y asesorar a las respectivas alcaldías municipales.

Frente a los procesos en los cuales este inmerso la violación de derechos de los consumidores con excepción a las acciones populares y de grupo se tramitarán por el proceso verbal o por el verbal sumario. Para el efecto, se tramitan a través del proceso verbal sumario los asuntos de mínima cuantía y por el proceso verbal aquellos procesos de menor y mayor cuantía. Todo lo anterior está establecido en el Código General del Proceso en su artículo 390 parágrafo tercero.

Para garantizar el cumplimiento de su principal objetivo, la Red Nacional de Protección al Consumidor, implementa dos estrategias básicas: La regionalización de la protección al consumidor, la coordinación de todas las entidades y organizaciones que hacen parte de la Red.

Según la (Ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor , Art. 56) dispone las Acciones jurisdiccionales para velar y dar cumplimiento a los derechos de los consumidores.

## Acciones Jurisdiccionales De Protección Al Derecho A La Información De Los Consumidores

**Acciones populares y de grupo** Existe la acción popular que se encuentra establecida en la (Constitución Política, 1991, art. 88, pág 22) así: “ La ley regulará las acciones populares para la protección de los derechos e intereses colectivos” también se encuentra regulado dicho mecanismo en la ley 472 de 1998, donde (Gómez, 2010, pág.227) se pronuncia diciendo que “esta ley señala que las acciones populares con fines concretos proceden contra toda acción u omisión de las autoridades públicas o de los particulares, que hayan violado o amenacen con vulnerar los derechos e intereses colectivos”. Pero si lo que se pretende es la reclamación individual de derechos de los consumidores está la posibilidad de reclamar mediante las acciones ordinarias previstas en la ley 1480 de 2011.

Además según el autor (Toro, 1999) “las acciones populares se ejercen para evitar el daño contingente, hacer cesar el peligro, la amenaza, la vulneración o agravio sobre los derechos e intereses colectivos, o restituir las cosas a su estado anterior cuando fuere posible”. Como se evidencia por medio de las anteriores citas esta acción jurisdiccional tiene como objetivo garantizar a un determinado grupo en general el amparo de sus derechos, por medio de esta se promueve la protección constitucional la cual pueden ejercer los consumidores en el momento de amenaza o vulneración de un derecho.

Es por ello que dentro del marco que acoge este tema el autor (Ossa, 2010, pág. 227) afirma que “el trámite que se consagra para estas acciones es uno aparentemente sencillo y sumario, que estimula la participación y coadyuvancia de entes populares y colectivos,

y se tramita ante la jurisdicción contenciosa si es contra persona de derecho público, y ante la jurisdicción civil, si es contra persona de derecho privado.” Para finalizar este tema es esencial citar la (Sentencia C-569, 2004) la cual establece lo siguiente “la acción popular tiene un propósito esencialmente preventivo, mientras que la acción de grupo cumple una función reparadora o indemnizatoria, por lo que la primera no requiere que exista un daño sobre el interés protegido, mientras que la segunda opera una vez ocurrido el daño, ya que precisamente pretende reparar dicho perjuicio.” La anterior sentencia realiza una breve explicación de cuál es la diferencia entre estas dos acciones refiriéndose que la popular tiene como objetivo prevenir la ocurrencia de una vulneración y la de grupo se interpone cuando ya se ha quebranto un derecho.

#### Autoridad Judicial Ante La Cual Se Puede Interponer Una Acción Popular Y Acción De Grupo

“Si la vulneración proviene por parte de una autoridad, o de un particular que ejerza funciones administrativas, se interpondrá ante la jurisdicción contenciosa administrativa. En primera instancia conocen los jueces administrativos y en segunda instancia, los Tribunales Contenciosos Administrativos.

Si la vulneración proviene de un particular, se ejercerá ante la jurisdicción civil. En primera instancia conocen los jueces civiles del circuito y en segunda instancia las Salas Civiles de los Tribunales Superiores”.

( Defensoria Del Pueblo)

**Requisitos Que Debe Contener La Demanda De Una Acción Popular. La demanda de acciones populares** debe contener:

- “1. Indicación del funcionario judicial competente.
2. Nombre e identificación de quien ejerce la acción.
3. La indicación del derecho o interés colectivo amenazado. Es aconsejable hacer una correcta exposición del por qué, cómo y en que consiste dicha amenaza o vulneración, apoyada en un marco legal, jurisprudencial o doctrinario.
4. El relato claro y ordenado de los hechos, actos acciones u omisiones que motivan la petición.
5. La determinación de la persona natural o jurídica, o la autoridad pública presuntamente responsable de la amenaza o del agravio, si fuera posible.
6. La enunciación de pretensiones o peticiones que se le hacen al juez para que repare la vulneración o la amenaza de que son objeto los derechos e intereses colectivos.
7. Las pruebas que pretenda hacer valer tale como, documentos, testimonios, dictámenes periciales, informes, estadísticas, inspecciones judiciales entre otros.
8. La dirección en la que reciben notificaciones” (Defensoria Del Pueblo)

#### Requisitos Que Debe Contener La Demanda De Una Acción De Grupo.

1. “El nombre del apoderado o apoderado, anexando el poder debidamente conferido.
2. Identificación de las personas que conforman el grupo, con sus documentos de identidad y el domicilio, además de proporcionar los criterios para identificar y definir el grupo.
3. La identificación del demandado o presunto responsable del daño, sin perjuicio de que el juez establezca la existencia de otros posibles responsables, caso en el cual los citará de oficio.
4. El valor de los perjuicios que se consideran ocasionados con la eventual vulneración.

5. Los hechos de la demanda y las pruebas que se pretendan hacer valer.
  6. La justificación sobre la procedencia de la acción de grupo".
- (Defensoria Del Pueblo)

Otra de las acciones más relevantes que pueden ejercer los consumidores a la hora de defender sus derechos trata sobre La responsabilidad por daños por producto defectuoso en esa forma como lo afirma (Apráez, 2015, pág. 380) "la responsabilidad por producto defectuoso es una de las varias facetas de la protección que la Constitución garantiza a los consumidores, y quizá una de las más importantes por los intereses que tutela (integridad, salud, vida)". Dejando ver que no hay un vacío normativo en los casos donde un producto no llena las expectativas del cliente amparando así al consumidor.

Es así como (Dangond, 2013) afirma que "es importante tener en cuenta que la responsabilidad por producto defectuoso implica la existencia de un daño, entendido como un perjuicio material, físico o moral que puede sufrir una persona, en este caso el usuario o consumidor". (Pag1-33) la indemnización por daños a consecuencia de un producto defectuoso la debe declarar la jurisdicción ordinaria, pero teniendo presente que el consumidor o usuario también puede acudir a la jurisdicción penal cuando se hayan transgredido tipos penales que afecten bienes jurídicos como lo son la vida o la integridad personal.

Sobre esta también se pronuncia la (Ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor, art.20) la cual establece que el productor y el expendedor serán solidariamente responsables de los daños causados por los defectos de sus productos, sin perjuicio de las acciones de repetición a que haya lugar. Es importante concluir la responsabilidad compartida que tienen a cargo

tanto el productor como el proveedor cuando el consumidor haya adquirido un producto defectuoso en el mercado, haciendo énfasis que la carga de la garantía no depende de solo uno de ellos sino de los dos.

Esta ley establece como daños los siguientes:

- "1. Muerte o lesiones corporales, causadas por el producto defectuoso;
2. Los producidos a una cosa diferente al producto defectuoso, causados por el producto defectuoso."

Finalmente (Ley1480 de 2011 Estatuto del Consumidor , art. 22) establece unas causales de exoneración de responsabilidad que son:

- "1. Por fuerza mayor o caso fortuito;
2. Cuando los daños ocurran por culpa exclusiva del afectado;
3. Por hecho de un tercero;
4. Cuando no haya puesto el producto en circulación;
5. Cuando el defecto es consecuencia directa de la elaboración, rotulación o empaquetamiento del producto conforme a normas imperativas existentes, sin que el defecto pudiera ser evitado por el productor sin violar dicha norma.
6. Cuando en el momento en que el producto fue puesto en circulación, el estado de los conocimientos científicos y técnicos no permitía descubrir la existencia del defecto."



- La Superintendencia De Industria Y Comercio desplaza al juez natural en un proceso civil, en aquel proceso que se adelante de única instancia (verbal sumario)
- En el de menor cuantía la sic desplaza al juez civil municipal.
- En el de mayor cuantía desplazará al juez civil del circuito.

Fuente: Autoría Propia.

**La acción de protección al consumidor** Se puede hacer uso de la misma en los casos donde se vulneran los respectivos derechos de los consumidores, los cuales están encaminados a hacer efectiva la garantía que se debe otorgar a los compradores; de ese modo se enfocan en la reparación de los daños ocasionados a los bienes en la prestación de servicios

contenidos en la (Ley 1480 del 2011 Estatuto del Consumidor, art. 19) por información o publicidad engañosa.

Ahora bien, (Guevara, 2016, pág. 16) afirma que “el nuevo estatuto del consumidor, por lo tanto, ofrece al consumidor una vía, tanto administrativa como judicial, que en cabeza de la SIC configura a la autoridad competente para exigir la debida protección”. La ley establece dos caminos para que los consumidores puedan hacer efectivos sus derechos.

La acción de protección al consumidor se encuentra consagrada en la (Ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor, Art. 56) y procede en los siguientes casos:

“1. reclamos por violación directa de normas sobre protección a consumidores y usuarios. 2. reclamos orientados a lograr que se haga efectiva una garantía. 3. reclamos encaminados a obtener la indemnización de perjuicios en la prestación de servicios que suponen la entrega de un bien. 4. solicitar indemnización de daños y perjuicios derivados de la publicidad o información engañosa. 5. Reclamos originados en la aplicación de las normas de protección contractual establecidas en el nuevo Estatuto de Protección al Consumidor”.

Para poder ejercer la protección al consumidor como requisitos se deben cumplir con: En primer lugar, se debe contar con el carácter de consumidor, seguido de ello el usuario debe presentar un reclamo de forma directa ante el productor o proveedor, el cual se puede realizar por escrito o verbalmente anexando todas aquellas pruebas pertinentes, eficaces y útiles; en el caso en concreto es pertinente precisar que esta reclamación debe constar como anexo en la demanda.

**Procedimiento De La Acción De Protección Al Consumidor. (Ley 1480, Estatuto del**



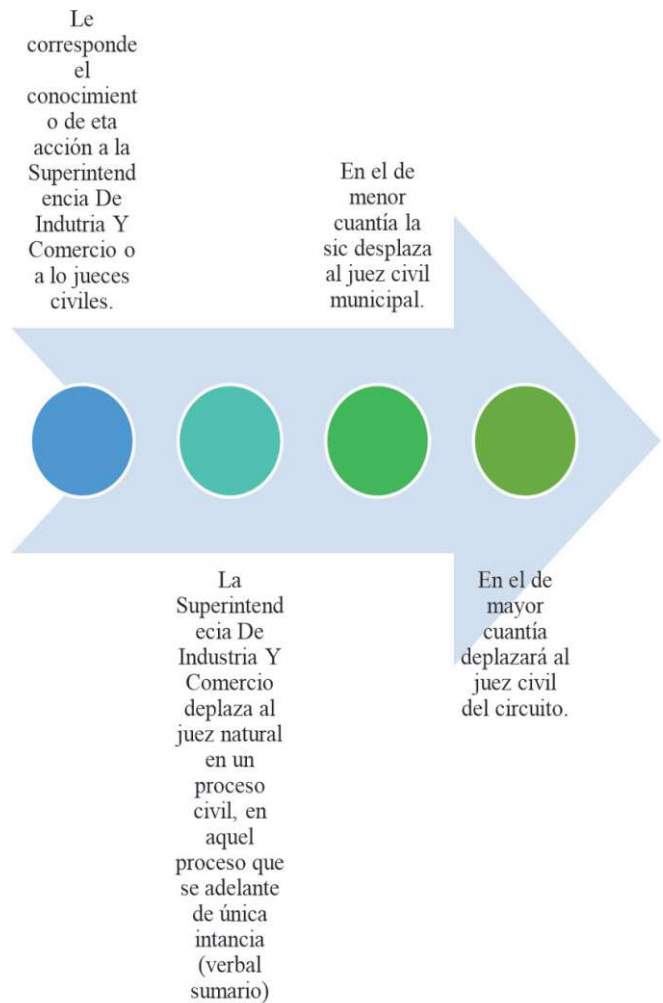
**Consumidor, 2011, Art. 58)** “Los procesos que versen sobre violación a los derechos de los consumidores establecidos en normas generales o especiales en todos los sectores de la economía, a excepción de la responsabilidad por producto defectuoso y de las acciones de grupo o las populares, se tramitarán por el procedimiento verbal sumario”.

**Presentación De La Demanda**



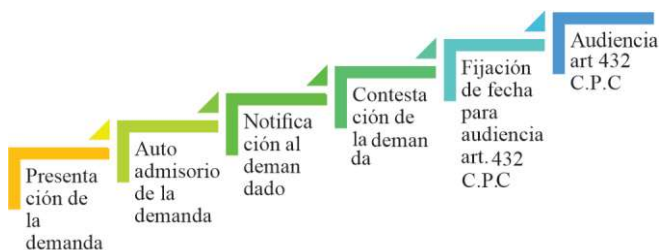
Fuente: Autoría Propia.

**Competencia**



Fuente: Autoría Propia.

**Etapas Del Proceso De La Demanda**



Fuente: Autoría Propia.

Respecto a la prescripción es preciso aclarar que esta acción debe presentarse por tarde dentro del año siguiente a la expiración de la garantía, la terminación del contrato, o desde que el consumidor tenga conocimiento de los hechos que motivaron esta reclamación.

Como dato importante y necesario que debe estar siempre en conocimiento del consumidor se infiere que tanto la Superintendencia de Industria y Comercio y el juez que sea competente podrá fallar infra, extra y ultrapetita, si dicha decisión se da a favor del consumidor se le impondrá al productor una multa de hasta 150 salarios mínimos legales vigentes a favor de la SIC, siempre y cuando este no haya cumplido con las obligaciones derivadas de las relaciones B2C, cuando no se cumpla con la decisión proferida en la sentencia, conciliación o transacción la SIC tiene la facultad de imponer una multa que equivale a la séptima parte de un salario mínimo por cada día de mora, o determinar el cierre de manera temporal del establecimiento de comercio.

De esta forma, el concepto de información se enmarca, en el derecho del consumidor colombiano, como una herramienta para salvaguardar la dignidad del consumidor a través de la protección, la promoción y la garantía efectiva del libre ejercicio de sus derechos y demás intereses económicos, como parte débil en la relación contractual del consumo.

Es importante resaltar el buen cambio que implemento la ley 1480 de 2011 agregando la acción de protección al consumidor, para así resolver asuntos jurisdiccionales mediante un proceso más rápido que el de las acciones populares y de grupo o la responsabilidad por daños por producto defectuoso, también se aumenta el monto en las sanciones por vulnerar derechos de los consumidores y por ultimo obliga a todos los Alcaldes a tener oficinas

sobre protección al consumidor y de no hacerlo le acarrea una sanción disciplinaria, además es bueno indicar que en esta ley se estableció que si una determinada empresa viola la norma se le impondrá una multa o el cierre del establecimiento hasta por 180 días y en caso de reincidencia se le cierra definitivamente el establecimiento de comercio. Una vez determinadas las acciones jurisdiccionales se puede decir que el consumidor que acude a estas no va a obtener una solución de manera rápida puesto que el aparato jurisdiccional en Colombia cuenta con demasiados casos y problemas por resolver, tampoco se le puede garantizar al usuario que más adelante en un futuro no se volverá a vulnerar este derecho, pues la efectividad de estas acciones no es completa, se debería estudiar a fondo este tema y proponer soluciones que ayuden a la prevención de vulneración de derechos por parte de los productores, además falta capacitar más a las personas sobre estas acciones y darles a entender que el termino para ejercer la acción de protección al consumidor es de un año contado a partir de la fecha de expiración de la garantía cuando se trate de asuntos de garantías, en asuntos contractuales se cuenta desde la fecha de terminación del contrato y en los demás casos se cuenta a partir de que se tuvo conocimiento de los hechos, así como el mundo evoluciona y va avanzando así mismo lo debe hacer el derecho ya son 9 años con la implementación de la última norma sobre el derecho al consumo se debería realizar un estudio a la misma, arreglando los vacíos que permiten hoy día la vulneración de esta.

## Resultados



Fuente: Autoría Propia.

## Discusión

El alcance del derecho a la información como instrumento para el restablecimiento del equilibrio jurídico de las relaciones de consumo es amplio, por el rango especial que se le otorgó en el artículo 78 de la constitución política, es así como se debe dar cumplimiento a este derecho cuando se dan las relaciones

de consumo, por ende, el deber de informar por parte del productor consiste en otorgar al consumidor información veraz, suficiente y clara de las características del producto.

Existe también el derecho a reclamar que va de la mano con el derecho a la información, de este modo, el usuario puede reclamar de manera directa para así obtener una indemnización por las daños ocasionados a consecuencia de las malas prácticas en las relaciones B2C, además pueden acudir a las respectivas autoridades judiciales que sean competentes o a las administrativas como lo es la Superintendencia de Industria y Comercio, para que de esta manera se les garantice el ejercicio de todos sus derechos. Mediante la ley 1480 de 2011 se estableció las acciones o mecanismos de los cuales pueden hacer uso los usuarios cuando se enfrenten en la vulneración de sus derechos. En ese sentido la SIC es la entidad encargada de realizar las respectivas investigaciones y sancionar, cuenta con un grupo de expertos especializados en el tema como lo es la delegatura para la protección del consumidor, también es la encargada de vigilar y controlar a las entidades para que den obligatorio cumplimiento a lo establecido en el nuevo estatuto del consumidor, pues es así como se establece que cuando un usuario considere que se le está vulnerando algún derecho debe realizar un reclamo directo y si en el término de 15 días hábiles no obtiene una respuesta puede realizar la respectiva demanda o denuncia ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

Los usuarios o consumidores Colombianos pueden hacer un reclamo directo al proveedor o productor cuando el suministro de la información y la publicidad no corresponden con la realidad, lo cual puede inducir a error debido a que ellos se encuentran en la obligación de suministrar de manera correcta toda la información que debe llevar un determinado producto para que el consumidor tenga la

libertad de elegir si compra o no el mismo, y tener presente que efectos desfavorables puede producir este en su salud y su bienestar. Al realizar la investigación se encontró gran variedad de mecanismos en pro de la defensa de los derechos como lo son: la demanda y la denuncia ante la SIC, existen también las acciones jurisdiccionales entre ellas las acciones populares y de grupo, la de protección por producto defectuoso y la acción de protección al consumidor, es así como en Colombia se protege en las relaciones B2C todos los derechos de los consumidores y a partir del nuevo estatuto del consumidor se dio una relevancia en lo referente al derecho a la información que anterior a este no se tenía con dicho carácter especial, pero a pesar de ello en Colombia se debe capacitar e informar de una mejor manera que existen dichos mecanismos, dichas acciones, mediante los cuales pueden hacer valer sus derechos, ya que muchas veces esto no se utilizan porque no hay el pleno conocimiento u orientación de que es lo pertinente a realizar en determinado caso en concreto.

De acuerdo a lo anterior, una posible solución sería realizar capacitaciones por parte de las alcaldías en cada municipio o ciudad, donde se enseñe cada uno de los mecanismos y acciones jurisdiccionales de las cuales pueden hacer uso los consumidores, con el fin de dar a conocer que existen otras medidas a este problema pues no se puede dejar a un lado que tal y como se evidenció anteriormente, las entidades gubernamentales deben ejercer un control respecto al tema del consumo, como es notorio por falta del cumplimiento de este deber se suma una causa más a que existan quebrantamientos a los consumidores, dejando en evidencia así que, no toda la responsabilidad es únicamente de los productores o proveedores, ya que se ha de tener cuenta que el estado también es el encargado del cumplimiento de tan importante deber, otro

medio que se pertinente implementar se deriva por medio del programa de televisión “tal cual” aclarando que es tal vez el único medio directo que forma y corrige a los consumidores respecto a sus deberes y derechos, por ende sería adecuado que se amplié mejor para así informar de todos los mecanismos existentes. Como bien ya se afirmó, la Red Nacional de Protección al Consumidor es la entidad encargada de velar por el cumplimiento de los derechos de los consumidores en todas las regiones del país; brindar el apoyo necesario a las Alcaldías para dar el debido cumplimiento de las funciones administrativas que se le han sido asignadas mediante la ley 1480 de 2011, esta entidad debería desplegarse de una forma más eficiente y efectiva en cada municipio, ya que su labor no se cumple en debida forma, claro ejemplo de ello son los lugares en los cuales no se cuenta con su presencia y participación. Se debe dar a conocer con gran relevancia el tema referente a los aspectos procesales consagrados en el nuevo estatuto del consumidor colombiano ya que mediante este se establece de manera implícita las acciones que protegen los derechos de todos los consumidores.

Otro aspecto que debe tratarse, es el de la creación de las diferentes ligas de consumidores que según la ley deben existir en todos los municipios y ciudades, lo cual no cumple con la realidad ya que existen lugares donde está liga no se ha creado, ahora, es de resaltar que dichas ligas son mecanismos aún más efectivos, en el sentido que al estar conformadas por consumidores y teniendo como característica principal el hecho de ser apolíticas esto aumenta que la vigilancia respecto al tema de la información de productos y servicios sea aún más veraz.

Otra propuesta para hacer más efectivo el derecho a la información es que, mediante las alcaldías junto con los respectivos consultorios



jurídicos en los lugares en que los hubiere , se realice un plan estratégico de informar y capacitar con brigadas jurídicas mediante las cuales se explique de forma expresa los mecanismos , acciones jurisdiccionales de los cuales pueden hacer uso en el caso de vulneración de sus derechos y que de forma práctica se les dé a entender cada uno de los pasos para hacer uso de estos, pues es así como se otorga una real protección al derecho a la información para que el consumidor se encuentre en la capacidad de ser libre en el momento de elegir el producto y de esta forma se logró una equidad contractual entre el consumidor y la empresa.

## Conclusiones

El derecho a la información de los consumidores colombianos adquiere especial rango constitucional a partir de la constitución garantista de 1991, pues es así como en su artículo 78 y 20 establece la importancia de la obligación de informar que tiene el productor o proveedor en debida forma, las características de un determinado producto y la ley 1480 de 2011 en su artículo 23 complementa esto estipulando que dicha información debe ser clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que ofrezcan en el mercado Colombiano.

Los productores tienen el deber de suministrar en debida forma la información completa de un determinado producto incluyendo, precauciones y advertencias para que de esta manera los consumidores se encuentren en el libre derecho de elegir si ese producto les es viable o no.

Existen variedad de mecanismos para hacer efectiva la protección al derecho a la información de los consumidores en Colombia,

entre ellos la denuncia, demanda ante la Superintendencia de industria y comercio, con ellosepuededeterminarqueconestosseotorga una protección en cuanto a la información a la cual tienen derechos los consumidores en el momento de adquirir un producto y que realmente en nuestro ordenamiento jurídico si existen formas de ejercer o hacer válidos derechos referentes al consumo.

El estatuto del consumidor establece acciones jurisdiccionales como las acciones populares y de grupo, la de responsabilidad por daños por producto defectuoso y la acción de protección al consumidor mediante las cuales tienen como fin la protección de los derechos de los consumidores ante las posibles vulneraciones que se presentan diario, pues es así como se puede decir que los usuarios cuentan los prerrogativas necesarias para dar cumplimiento a los derechos que se derivan de las relaciones de consumo.

## Bibliografía

Defensoria Del Pueblo. (s.f.). Cartilla De Acciones Populares Y De Grupo. En Cartilla De Acciones Populares Y De Grupo (pág. 8). Bogotá D.C.

Apráez, E. (2015, pág. 380). La responsabilidad por producto defectuoso en la ley 1480 de 2011. Bogotá: Revista de Derecho Privado. Circular externa N° 007 (Superintendencia De Industria Y Comercio 04 de Diciembre de 2017).

Comercio, S. d. (21 de Agosto de 2018). Superindustria impone multa a TICKETSHOP y a sus administradores por publicidad engañosa en la venta ficticia de 6.000 boletas para el partido Colombia vs Brasil en la Eliminatoria de Rusia 2018. Obtenido de Superindustria impone multa a TICKETSHOP y a sus administradores por publicidad engañosa en la venta ficticia de 6.000 boletas para el partido Colombia vs Brasil en la Eliminatoria de Rusia 2018: <http://www.sic.gov.co/superindustria-impone-multa-a-ticketshop-y-a-sus-administradores-por-publicidad-enganosa-en-la-venta-ficticia-de-6000-boletas>

Comercio, S. D. (05 de septiembre de 2018). Superindustria impone multas a CLARO, ETB, MOVISTAR y TIGO-UNE por deficiencias en la prestación del servicio de Internet Banda Ancha (Hogar). Obtenido de Superindustria impone multas a CLARO, ETB, MOVISTAR y TIGO-UNE por deficiencias en la prestación del servicio de Internet Banda Ancha (Hogar): <http://www.sic.gov.co/superindustria-impone-multas-a-claro-etb-movistar-y-tigo-une-por-deficiencias-en-la-prestacion-del-servicio-de-internet-banda-ancha-hogar>

Comercio, S. d. (14 de marzo de 2018). Superindustria impuso más de 30 mil millones

de pesos en multas por fallas en servicios postales y de telecomunicaciones en 2018. Obtenido de Superindustria impuso más de 30 mil millones de pesos en multas por fallas en servicios postales y de telecomunicaciones en 2018: <http://www.sic.gov.co/Superindustria-impuso-mas-de-30-mil-millones-de-pesos-en-multas-por-fallas-en-servicios-postales-y-de-telecomunicaciones-en-2018>

Constitución Política. (1991, art. 88, pág 22). En Constitución Política (pág. 22). Bogotá D.C: Unión Ltda.

Constitución Política de Colombia. (1991, art.20,Pág.4). En Constitución Política de Colombia. Bogotá D.C.; Unión Ltda.

Constitución Política de Colombia. (1991,art. 78,Pág. 21). En Constitución Política de Colombia. Bogotá D.C: Unión Ltda.

Cuellar, V. (2012, pág. 198). Introducción al derecho del Consumo . Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada .

Dangond, E. (2013). La responsabilidad del fabricante por producto defectuoso en el nuevo estatuto del consumidor. Bogotá: Revista de Derecho Privado .

Defensoria Del Pueblo. (s.f.). En Cartilla De Acciones Populares Y De Grupo (págs. 18-19). Bogotá D.C.

Defensoria Del Pueblo. (s.f.). Cartilla Acciones Populares Y De Grupo. Bogotá D.C.

Gómez, O. (2010, pág.227). Protección, garantías y eficacia de los derechos del consumidor en Colombia. Medellín: Revista Facultad de Derecho Y Ciencias Políticas.

Guevara, T. (2016, pág. 16). La acción de protección del consumidor ante la

Superintendencia de Industria y Comercio (SIC): Examen de su efectividad y eficacia en la Ley 1480 de 2011. Bogotá.

Ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor . (12 de Octubre de art. 30). Congreso de Colombia. Bogotá D.C, Colombia .

Ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor . (12 de Octubre de Art. 56). Congreso de Colombia. Bogotá D.C , Colombia.

Ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor. (12 de Octubre de art. 23). Congreso de Colombia. Bogotá, Colombia.

Ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor. (12 de Octubre de art. 30). Congreso de Colombia. Bogotá D.C, Colombia.

Ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor. (12 de Octubre de art.20). Congreso de Colombia. Bogotá, Colombia.

Ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor. (12 de Octubre de art.17). Congreso de Colombia. Bogotá D.C, Colombia.

ley 1480 del 2011 Estatuto del Consumidor. (art. 19). Congreso de Colombia. Bogotá, Colombia.

ley 1480 del 2011 Estatuto del Consumidor. (art.56). Congreso de Colombia. Bogotá, Colombia.

Ley 1480, Estatuto del Consumidor. (12 de Octubre de 2011, Art. 58). Congreso de Colombia. Bogotá, Colombia.

Ley 1480 de 2011 Estatuto del Consumidor . (12 de Octubre de art. 22). Congreso de Colombia. Bogotá D.C, Colombia.

Morgestein Sánchez, W. (2015, pág. 203 ). El concepto de Información en el Estatuto del Consumidor Colombiano. Un estudio jurídico de la institución en la ley 1480 de 2011. Bogotá : Revista Estudios Socio-Jurídicos .

Namén. (2009,pág.10). La obligación de información en las diferentes fases de la relación del consumo. . Bogotá : Revista e-mercatoria.

Nueva Constitución política de Colombia. (2009). En Nueva Constitución política de Colombia (pág. 78). Bogotá D.C: Unión Ltda. Ossa. (2010, pág. 227). Protección, garantías y eficacia de los derechos del consumidor en Colombia. Medellín: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas.

Pico, z. (2017,pág.317). El alcance de los Principios Generales del Estatuto del Consumidor Colombiano. Bogotá: Vniversitas. Resolución 243710 (Instituto Nacional De Vigilancia de Medicamentos Y Alimentos 30 de Septiembre de 1999).

Resolución 288 (Ministerio De La Protección Social 06 de Febrero de 2008).

Resolución 5009 (Ministerio De La Protección Social 29 de Diciembre de 2005).

Salazar, V. M. (2015, pág. 147). La regulación de la publicidad en el nuevo estatuto del consumidor. Medellín : Revista Opinión Jurídica.

Sentencia 9758 (Superintendencia De Industria Y Comercio, 27 de Agosto de 2019).

Sentencia C-542, Referencia: Expediente D-11777 (Corte Constitucional (M.P Iván Humberto Escrucería Mayolo) 24 de Agosto de 2017).

Sentencia C-569, Referencia: expediente D-4939 (Corte Constitucional, Rodrigo Uprimny Yepes 08 de Junio de 2004).

Sentencia C-973, Referencia: expediente D-4032 (Corte Constitucional, Alvaro Tafur Galvis 13 de Noviembre de 2002).

Sentencia T- 145, Referencia: expediente T-730843 (Corte Constitucional, Álvaro Tafur Galvis 19 de Febrero de 2004).

Sentencia T-333, Referencia: expediente T-267601 (Corte Constitucional, Eduardo Cifuentes Muñoz 23 de Marzo de 2000).

Toro, L. (1999). Las acciones colectivas en defensa de los derechos de tercera generación. Bogotá: Estudios Socio-Jurídicos .

Villalba Cuellar, J. C. (2012, Pág.208-209). Introducción al derecho del consumo. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.

Villalba, C. (2012, pág.206). Introducción al derecho del Consumo. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.