

CAPITULO 1

**CONSUMO Y CONSUMIDORES: PARTICIPACIÓN,
FORMACIÓN Y GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO
EN EL PROGRAMA “CONSUMA CARIBE”**

**DERECHO
DEL CONSUMO**

CAPITULO 1

CONSUMO Y CONSUMIDORES: PARTICIPACIÓN, FORMACIÓN Y GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO EN EL PROGRAMA “CONSUMA CARIBE”

Rafaela Sayas Contreras ¹

INTRODUCCIÓN

El acto de consumir bienes o servicios para la satisfacción de necesidades ha sufrido variaciones a lo largo de la historia, mediadas por el sistema de producción. En un principio, la producción con carácter artesanal mantenía unas relaciones contractuales equilibradas en el marco de normativas decimonónicas que tributaban al postulado de la buena fe y a la igualdad entre los contratantes. Distantemente se pueden percibir hoy esas formas contractuales, las cuales han evolucionado hacia la producción masiva, determinadas en primer lugar por la industrialización y luego por la liberalización de los mercados en un marco de globalización.

El consumo y el acto de consumir han ido evolucionando de la desprotección proporcionada por los códigos civiles y mercantiles (intereses de clase) hacia la protección especializada proporcionada por cláusulas constitucionales y su respectiva regulación legal bajo las formas de estatutos para la protección de los consumidores, esto porque desde la perspectiva de los modelos de Estado Social se impone la protección en la salud y seguridad de los consumidores y la protección para las personas más vulnerables.

1 Abogada docente de la Universidad de Cartagena en grado y Posgrado, Líder científica del Programa Colciencias Consuma Caribe. Magíster en Derecho de la Universidad Nacional de Colombia, PhD. en Sociología de la Universidad de Belgrano (Argentina) y candidata a Doctora de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Directora del Grupo de Investigación Conflicto y Sociedad de la Universidad de Cartagena. rafaelaester@gmail.com

Este capítulo inicial plantea un contexto normativo del derecho del consumo en Colombia y describe los alcances del programa a partir de un análisis por resultado de cada objetivo trazado.

CONSUMO Y CONSTITUCIÓN

A partir de la constitución de 1991 Colombia es un estado social de derecho, aspecto que reconfigura el sistema político y jurídico tomando en consideración el respeto y la garantía de la dignidad humana. Según la Corte Constitucional colombiana, este modelo de estado se configura por la realización de los valores constitucionales puestos en relación con el contenido material de la constitución, o dicho de otra manera, de la realización de justicia material y de condiciones mínimas de existencia.

Quiere decir ello que es necesario resaltar desde una perspectiva constitucional el modelo social de protección de los consumidores, el cual teóricamente implica una diferencia cualitativa con la protección que se puede brindar en un Estado que asuma una organización diferente. En ese orden de ideas, el sistema de producción, distribución y comercialización de bienes y servicios tiene como límites y fin último el respeto y la garantía de la dignidad humana de los consumidores, aspecto que justifica el marco normativo de protección a los consumidores.

Los derechos de los consumidores se encuentran regulados en el Capítulo 3 del Título II, De los derechos, las garantías y los deberes, relacionados con los derechos colectivos y del ambiente, no por ello menos importantes que los derechos a la libertad o la igualdad. Para tales efectos traemos la posición expresada por la Corte Constitucional de Colombia:

“Dicho de otra forma: sin la satisfacción de unas condiciones mínimas de existencia, o en términos del artículo primero de la Constitución, sin el respeto “de la dignidad humana” en cuanto a sus condiciones materiales de existencia, toda pretensión de efectividad de los derechos clásicos de libertad e igualdad formal consagrados en el capítulo primero del título segundo de la Carta, se reducirá a un mero e inocuo formalismo, irónicamente descrito por Anatole France cuando señalaba que todos los franceses tenían el mismo derecho de dormir bajo los puentes. Sin la efectividad de los derechos económicos, sociales y culturales, los derechos civiles y políticos son una mascarada. Y a la inversa, sin la efectividad de los derechos civiles y políticos, los derechos económicos, sociales y culturales son insignificantes”. (Corte Constitucional, Sentencia T-406 de 1992).

Para una mayor comprensión, dos aspectos merecen especial consideración. Por una parte, la libertad de empresa, y por la otra, la decisión libre de consumo (bienes y servicios). Respecto de la primera es claro que las actividades económicas y la iniciativa privada son libres (art. 333), de hecho son fundamentales para el desarrollo, sin embargo, esta actividad no puede ejercerse en desmedro de los derechos de los consumidores, entre ellos su dignidad, salud y seguridad. Por ello el Estado debe intervenir (Art. 334) en *“la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía con el fin de conseguir el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes”*.

Por otra parte, en el marco de la autonomía de la voluntad, las decisiones de consumo deben ser libres, sin embargo la Constitución Política parte de la base de la debilidad del consumidor frente al mercado, por ello consagra su protección como derecho colectivo, Art. 78:

“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. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios (...)”.

La perspectiva clásica de la igualdad contractual se desnaturaliza cuando nuestras decisiones de consumo se ven enfrentadas al mercado. Distantes están las posturas que ponderaban en el consumidor la racionalidad en las decisiones de consumo, por ello, para asegurar la igualdad material en este campo, se hace imprescindible la intervención del Estado a través de normativas de protección con carácter de “orden público” y que deben ser interpretadas desde el principio de favorabilidad o *“pro consumatore”*.

Así lo plantea el Estatuto del Consumidor en desarrollo de las normativas constitucionales cuando regla que las disposiciones contenidas en él son *“de orden público, cualquier estipulación en contrario se tendrá por no escrita... las normas de esta ley deberán interpretarse en la forma más favorable al consumidor. En caso de duda se resolverá a favor del consumidor”* (Art. 4). Así se ha venido planteando desde la normativa europea y señalando como objetivo de la acción política que:

“El desarrollo de las sociedades de consumo exige, para la propia viabilidad del sistema económico, la intervención pública para tutelar como mínimo al consumidor final (o con fines de no mercado) que demanda bienes o servicios en el mercado. Los estados sociales nacionales y el modelo social europeo convierten esta intervención en una función y

objetivo de la acción política [...] la consecuencia obligada si se pretende obtener una protección eficaz, y no dependiente de la autonomía privada como lo hacían los códigos decimonónicos con sus normas dispositivas o supletorias, es que el nuevo derecho de los consumidores es - y debe ser, en los Estados miembros y en la Unión Europea-un derecho objetivo caracterizado por el carácter cogente o imperativo de sus normas legales. El derecho de los consumidores provoca, cabalmente, un cambio de técnica jurídica en el derecho privado patrimonial” (Paniagua & Miranda, 2012, p. 43).

El escenario normativo está planteado desde un marco de protección jurídico y político, sin embargo, el eslabón débil continúa siendo el consumidor, circunstancia que se resume en tres aspectos principales: el desconocimiento de los derechos, los derechos de participación de los consumidores en las políticas públicas y la falta de compromiso del sector productivo en la garantía de los derechos de los consumidores, de manera particular los relacionados con la garantía legal. Este aspecto fue analizado en el marco del Programa Consuma Caribe como categoría de análisis en la encuesta inicial:

“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” (Marún & Sayas, 2015, p.44).

Este campo que paulatinamente introduce modificaciones importantes en la legislación vigente en Colombia cobra cada día más adeptos, en la medida que muchas controversias contractuales pueden ser solucionadas ágilmente, atendiendo disposiciones que dinamizan las relaciones desde la buena fe contractual en el marco de las relaciones de consumo. Esto ocurre mediante la reglamentación de obligaciones de los oferentes de productos que imponen deberes de seguridad, información, protección contra cláusulas abusivas y mecanismos procesales y administrativos expeditos que respaldan investigaciones para los colectivos de consumidores, o de manera individual, como las acciones de protección al consumidor ante la jurisdicción ordinaria o ante la Delegatura de Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

“Quiere decir ello que las competencias de la SIC se erigen como una jurisdicción especializada con respecto a la ordinaria, es decir, la ventaja para el demandante-consumidor, es que es una jurisdicción que va a ser ejercida por un órgano que exclusivamente se encarga de proteger los derechos de los consumidores frente a posibles violaciones, sino que además lo releva de acudir a procesos judiciales que al tiempo deben atender otro tipo de causas”. (Sayas & Medina, 2016, p.127)

LA EXPERIENCIA EN EL PROGRAMA CONSUMA CARIBE

Armar una alianza estratégica que involucrara a actores universitarios, sociedad civil y Estado, constituyó un ejercicio de sinergias exitoso que a la postre se convirtió en programa seleccionado como ganador de la Convocatoria Colciencias 661 de 2014, para programas de ciencia, tecnología e innovación en ciencias sociales, humanas y educación. Su ejecución inició en 2015 en la región Caribe colombiana y fue diseñado como plataforma para la docencia, investigación y proyección social universitaria.

El programa nos puso a prueba como profesionales e implicó un ejercicio de crecimiento conjunto, potenció el desarrollo de capacidades diversas en los equipos, diferentes a las académicas, entre ellas la negociación, el diálogo y la colaboración recíproca.

Los socios de la Red, académicos y gubernamentales, hoy podemos mostrar la importancia de las sinergias en clave territorial para la consecución de propósitos comunes. Respecto de los primeros, la conformación de la red permite que los socios pequeños aprendan de la experiencia de los más grandes, y viceversa. Los últimos, aun cuando sea una ardua labor, apadrinan o prohíjan a los más pequeños en un ejercicio de responsabilidad universitaria y aprendizajes compartidos.

Nuestro socio, la Red Nacional de Protección al Consumidor, permitió nuestro fortalecimiento como equipo, pero también en clave de gobernanza los anclamos al territorio. En ciudades como Cartagena coadyuvamos su instalación en la sede propia de la Casa del Consumidor y muchos de quienes hoy integran su recurso humano se formaron en el programa como jóvenes investigadores.

La experiencia ganada a lo largo de los 30 meses que duró la ejecución nutrirá las reflexiones esbozadas en este documento, ejercicio al que se sumaron a través de la Red de Conocimiento “Consuma Caribe”, participantes como la Universidad Pontificia Bolivariana de Montería y la Universidad Libre en sus sedes de Cartagena y Barranquilla.

OBJETIVOS, RESULTADOS E IMPACTOS

El programa arrancó en un escenario de total desprotección de los consumidores, al punto que éstos asociaban sus derechos patrimoniales vulnerados con derechos constitucionales fundamentales, una señal de que no existía apropiación social de las normas de protección ni de las políticas públicas sobre el tema. La vulneración reiterada de los derechos mencionados ocasionó un detrimento de otros derechos como el de acceso a la justicia y el de una pronta y cumplida justicia. El desarrollo del programa se trazó desde varias aristas que abarcaron cuatro ejes estratégicos: participación y formación ciudadana, políticas públicas, defensa jurídica, generación de nuevo conocimiento y proyección territorial.

Imagen 1. Mapa de procesos del Programa Consuma Caribe



Fuente: Programa Consuma Caribe 2016.

En ese orden de ideas pasaremos a examinar los objetivos trazados y los logros por objetivo, especificando las debilidades y fortalezas halladas en el territorio.

PROMOVER EL FORTALECIMIENTO DE LAS ASOCIACIONES DE CIUDADANOS CONSUMIDORES EN LAS CIUDADES DE CARTAGENA, SANTA MARTA Y SINCELEJO

El fortalecimiento de las asociaciones de ciudadanos consumidores se basó en la estrategia “formador de formadores”, para lo cual se diseñó el modelo pedagógico que

corresponde al proceso misional de “participación y formación” como componente fundamental del programa, cuyo eje es el ciudadano y su proceso de aprendizaje.

Para efectos del diseño del modelo pedagógico se considera al ciudadano como un individuo que debe satisfacer sus necesidades primarias y tomar decisiones para acceder a la compra de bienes y servicios ofrecidos por el mercado, pero que debe conocer sus derechos para ser un consumidor “bien informado” y optimizar sus decisiones.

Los procesos de aprendizaje en la educación desescolarizada tienen referentes que necesariamente deben ser flexibles, por ello se consideró que el proceso debía formularse desde la pedagogía social.

Esta busca la formación del individuo distanciándose de la formación netamente académica e inclinándose hacia la construcción de un ciudadano activo, participativo y consciente. Por tal motivo incluye diversas perspectivas: éticas, sociales, políticas, económicas y culturales, que permiten la consecución del objetivo. Así lo explican Bedmar, & Añaños (2006):

“La peculiaridad de la pedagogía social consiste en la atención privilegiada que ésta dedica al fenómeno educativo en sus relaciones con la sociabilidad, con los comportamientos colectivos, las ideologías, las visiones del mundo. Entre las finalidades prioritarias está la construcción de instrumentos conceptuales, culturales, lingüísticos que nos ayudan a estudiar el conjunto de problemáticas y a individualizar las intervenciones socioeducativas, en sentido liberador y emancipatorio. Se delinea así un proceso de aclaración ideológica y de concienciación de las personas, según la tensión que debería ser característica de cada ciencia práctica, una tensión comprometida, experimental y sustanciada por una trama teórica profundamente empapada de sentido moral”. (Pág. 8)

Los contenidos de la estrategia “formador de formadores” se orientan alrededor de tres componentes: a) *el enfoque de derechos* b) *la participación ciudadana y democracia*, c) *las instituciones y el control social*. Estos componentes se privilegiaron, teniendo en cuenta que se trazó como propósito el empoderamiento ciudadano para la transformación social. Bajo esta perspectiva son los ciudadanos activos quienes deben jalonar los cambios sociales, planteando nuevas dinámicas socio-espaciales e incidiendo en las instituciones, de tal forma que participen en la toma de decisiones que los afecten.

A partir de estos tres ejes se buscó incidir en las dimensiones cognoscitivas, personales y afectivas de los ciudadanos-consumidores, para tributar desde el programa a una ciudadanía activa. Los procesos de formación se planearon desde el desarrollo de competencias de saber, saber hacer en contexto y el ser, lo que imprime una nueva di-

námica, puesto que el énfasis se hace en los problemas reales de los derechos vulnerados que afectan los derechos patrimoniales de los consumidores.

El programa de formación estuvo acompañado de la estrategia de comunicación del conocimiento con base en la *“Cartilla Pedagógica”* con circulación de contenido impreso, multimedia y virtual. En la versión impresa se hizo un tiraje de 2.000 cartillas pedagógicas bajo el título *“Participación Ciudadana y Derechos de los Consumidores: Estrategia Formador de Formadores”*, desarrollada con la intención de ofrecer una guía a la ciudadanía para conocimiento de sus derechos y las vías jurídicas para ejercerlos. Desde la perspectiva pedagógica la cartilla hace un llamado a *“aprender, difundir y participar”*, señalando las autoridades administrativas y judiciales ante las que se pueden interponer mecanismos jurídicos de protección al consumidor.

Para completar la estrategia se imprimieron más de 5.000 folletos para divulgar información en los eventos del programa y en puntos clave de las ciudades focalizadas. Dichos folletos informan sobre los derechos del consumidor, la ruta de protección al consumidor y la ubicación de los consultorios jurídicos de las universidades que conforman la Red Consuma Caribe, donde son atendidas sus solicitudes.

Los siguientes logros permiten mostrar que el objetivo se cumplió, incluso más allá de lo planteado inicialmente:

Se realizaron 31 talleres formador de formadores en los que se capacitaron 671 consumidores. Así mismo, se hicieron 18 talleres de fortalecimiento comunitario, 9 talleres diagnósticos, 8 mesas de trabajo con autoridades locales para la protección del consumidor, 4 brigadas jurídicas de atención al consumidor, 7 capacitaciones y charlas en temas de protección al consumidor con acompañamiento de funcionarios de la Superintendencia de Industria y Comercio, 4 conversatorios temáticos sobre derecho del consumo y un seminario internacional de políticas comparadas de protección al consumidor, con participación de profesores colombianos, españoles y peruanos.

El impacto del programa en esta línea de trabajo muestra el avance a nivel local en la promoción de los derechos de los consumidores, el conocimiento de los mismos y la ruta de atención, aspecto que determina la afluencia de ciudadanos a los consultorios jurídicos para que se les oriente en la defensa jurídica de sus derechos vulnerados y la capacidad instalada que dejó el programa a través de la puesta en marcha de las ligas universitarias de consumidores.

PROMOVER EN EL TERRITORIO FOCALIZADO POR EL PROGRAMA, LA ARTICULACIÓN DE LAS AUTORIDADES NACIONALES, TERRITORIALES Y LOCALES EN MATERIA DE PROTECCIÓN Y GARANTÍA DE LOS CONSUMIDORES

Este aspecto fue difícil de trabajar por el tipo de racionalidad en torno de las políticas públicas y el desconocimiento de las obligaciones legales por parte de los funcionarios de orden territorial y local. Este componente está relacionado con la regionalización de la protección al consumidor y buscó aportar insumos que lograran la articulación de la política pública nacional con el territorio y los ciudadanos, propiciando espacios y mesas técnicas de trabajo de integración de los consejos locales y regionales de protección al consumidor que integran la Red Nacional de Protección al Consumidor – RNPC- (art. 75).

De igual manera y reforzando las competencias territoriales de las autoridades en la materia, sostiene el parágrafo del art. 76 del Estatuto del Consumidor que:

“Los alcaldes y gobernadores del país garantizarán el funcionamiento de los Consejos de Protección al Consumidor, que correspondan a sus respectivas jurisdicciones, conforme a lo dispuesto en las normas pertinentes, en especial el Decreto 3168 de 1983. 1009 de 1988 y la Directiva presidencial 04 de 2006”.

Se partió de un antecedente poco grato. Los Consejos Locales de Protección al Consumidor eran inexistentes o si estaban constituidos no ejercían ningún tipo de actividad de promoción y difusión de derechos. Para avanzar en ese objetivo se trabajó con la RNPC para lograr el acercamiento con funcionarios de las respectivas alcaldías. Sobre el particular se pueden observar avances, sin embargo la capacidad del programa y de la RNPC es desbordada por el poco interés de las autoridades locales, o por focos de interés temporal.

Desde el programa se propiciaron reuniones técnicas con las autoridades locales (Secretaría del Interior), las asociaciones de comerciantes y la sede local de la Confederación Colombiana de Consumidores. En Cartagena se reunió la mesa técnica para la socialización del decreto No. 8 de 2016, que reglamentó el Acuerdo Distrital No. 2 de 2016, para la conformación del Consejo Distrital de Protección al Consumidor, en el que tienen asiento el Alcalde, el Secretario del Interior, el Secretario de Planeación, el director del DADIS, el director de la UMATA, dos representantes de las asociaciones de consumidores locales, un representante de FENALCO y uno de la Superintendencia de Industria y Comercio. Hasta la fecha solo existe la reglamentación, y el procedimiento de formalización sin que se hubiere logrado la puesta en marcha del Consejo respectivo.

Respecto al impacto, en Cartagena el programa Consuma Caribe logró una sensibilización en torno de las capacidades para articular a diferentes actores locales en pos de los mismos objetivos en un marco de gobernanza compartida. En Sincelejo se constituyó la liga universitaria de consumidores y se obtuvo su resolución de funcionamiento. En Sucre se logró además conformar dos ligas de consumidores en los municipios de San Onofre y San Marcos. Este trámite no se pudo cumplir en la ciudad de Santa Marta, ya que las autoridades no han expedido la resolución de funcionamiento a la Liga Universitaria de la Universidad Sergio Arboleda, aun cuando el trámite se hizo en tiempo y forma.

La constitución y formalización de las Ligas Universitarias de Consumidores permitió que formáramos parte activa de la RNPC.

BRINDAR UN MODELO DE ATENCIÓN JURÍDICO INTEGRAL PARA LOS CONSUMIDORES QUEJOSOS, A PARTIR DE LAS PLATAFORMAS DE SERVICIOS DE LAS UNIVERSIDADES GESTORAS DEL PROGRAMA

La atención jurídica consiste en una estrategia de protección al consumidor que implica el asesoramiento, la recepción de la queja o denuncia, el llamado a arreglo directo o conciliación cuando sea del caso, la formulación de la queja o la demanda ante la SIC en los casos que corresponda y la trazabilidad del proceso, lo cual se consigue a través de la plataforma HORUS.

Este aspecto del programa se ejecutó con éxito, con 696 usuarios atendidos con corte al mes de julio de 2017.

La atención personal se ofreció en las sedes de los consultorios jurídicos de las universidades vinculadas al programa, a través de brigadas itinerantes en las comunidades y en la sede de la Casa del Consumidor de Cartagena, en la que el programa hizo presencia con su equipo de abogados y estudiantes en práctica.

La cobertura de la atención estuvo a cargo de las ligas universitarias y los consultorios jurídicos, a través de docentes, abogados y estudiantes en prácticas, quienes prestaron servicios de asesoría, reclamación y demandas (acción de protección al consumidor).

Sumado a la atención presencial, para alcanzar este objetivo también se buscó que los usuarios pudieran acceder directamente a la página web del programa y conocer el estado de su proceso. Para ello se conformó un equipo interdisciplinario integrado por economistas, administradores, ingenieros y abogados, quienes diseñaron un software que se denominó “*Sistema de Gestión de trámites HORUS*”. Esta herramienta informática permite gestionar a través de la web los trámites que ingresan al programa

para la defensa de los derechos del consumidor, cuyo registro fue concedido el día 21 de diciembre de 2015 por la Dirección Nacional de Derechos de Autor.

El sistema de atención implica el trazado de los procesos y reclamaciones, lo cual permitió recopilar información de todos los usuarios en las tres ciudades, como tipos de reclamo, a quién se reclama, y perfil socioeconómico del reclamante. Adicionalmente los datos cualitativos permitieron trazar una cartografía del territorio por estrato social, que permitió establecer como conclusión que las vulneraciones en materia de consumo afectan a todos los estratos socioeconómicos.

Para completar el modelo de atención se diseñó y lanzó la página web oficial del programa, desde la cual puede accederse a los resultados de las encuestas en las distintas ciudades, datos estadísticos y de georreferenciación. Puede además hacerse la encuesta en línea del Programa, consultar el estado de los trámites interpuestos, visualizar las actividades del programa y de los proyectos, así como también las noticias y actualizaciones en temas de consumo.

Las actividades generaron capacidad instalada en las ligas, especialmente en la universidad ejecutora del programa (Cartagena), por la sinergia que se logró con la Casa del Consumidor al desplegar la defensa jurídica de los consumidores que a diario requieren los servicios de la Liga y de los estudiantes en práctica del consultorio jurídico “Consuma Caribe”.

GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y CARACTERIZACIÓN DE LAS RECLAMACIONES DE LOS CONSUMIDORES

Este objetivo aborda la dimensión teórica-conceptual del programa y sus aportes a la generación de conocimiento y formación de recurso humano para la ciencia y la tecnología. El mismo se cumplió a cabalidad superando el límite de productos que inicialmente se estableció, a continuación los productos científicos asociados a este objetivo:

- Participación de sus investigadores en eventos científicos, reflejada en la presentación de 34 ponencias, 11 de ellas en escenarios internacionales y 23 en el país.
- Asesoría de trabajos de grado en el tema de consumo. Los investigadores principales del proyecto asesoraron cuatro tesis de posgrado y seis de pregrado.
- Aportes a la comunidad académica. Se implementó y fortaleció la línea de investigación en consumo en cada uno de los grupos de investigación de las

sedes que conforman la Red Consuma Caribe, desde la cual, también se proporcionó apoyo al programa de doctorado Rudecolombia.

- Se conformaron semilleros de investigación especializados en Derecho del Consumo y se formaron 10 jóvenes investigadores.
- Resultados adicionales: dos pasantías de investigación en Derecho del Consumo en la Universidad Complutense de Madrid y la estrategia de circulación virtual del conocimiento con la página web consumacaribe.org.
- El núcleo de los estudios en el tema de los consumidores creció en análisis y exhaustividad. De la ejecución del programa se derivaron temas novedosos como consumidor vulnerable alimentario, consumidor y publicidad engañosa, obsolescencia programada, y principio de igualdad y no discriminación en materia de consumo.

IDENTIFICAR ACCIONES REPLICABLES A PROYECTOS DE LA MISMA LÍNEA EN LA REGIÓN

Se exploraron nuevos territorios para determinar las posibilidades de réplica del programa y el estado de los derechos de los consumidores. En este contexto se cumplieron visitas a Montería, San Andrés y Riohacha.

En la isla de San Andrés la experiencia del programa fue muy enriquecedora, ya que éste es un territorio carente de políticas públicas de consumo. Allí se realizaron tres talleres formador de formadores con énfasis en la protección al consumidor turista, en los que participaron estudiantes del SENA, colegios, líderes locales y comerciantes.

Así mismo, en el Consejo Local de Protección al Consumidor se socializó el documento *“Lineamientos técnicos para Consejos Locales de Protección al Consumidor”*, publicado por el programa para promover la reactivación y buen funcionamiento de esta instancia en el territorio.

En términos generales, el programa contribuyó con la estrategia de territorialización de las políticas públicas de protección al consumidor, participando a través de las ligas, docentes, investigadores y sedes de consultorios jurídicos, de manera activa y mancomunada con la RNPC en los ejes de formación, incidencia y atención jurídica de usuarios.

Uno de los impactos del programa fue la mayor cobertura en atención jurídica desde los consultorios universitarios y una mayor accesibilidad desde el espacio (geográfico y virtual) para los usuarios en la región.

La actividad de las ligas universitarias de consumidores, sumada a la de instituciones como la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y la Confederación Colom-

biana de Consumidores, permiten contrastar el nivel de protección y eficacia de los derechos de los consumidores. Esta oportunidad puede ser útil para desarrollar investigaciones posteriores o en el marco del mismo programa, que planteen soluciones jurídicas a posibles conflictos o a vacíos normativos en materia de Derecho de Consumo y el Estatuto de Protección al Consumidor.

Así mismo, se consolidaron núcleos de estudios sobre el derecho del consumo desde las dinámicas sociales y desde las políticas públicas regionales, con lo cual se fortalecerán actores de ciencia y tecnología, lo mismo que los investigadores. En ese marco se profundizó el conocimiento sobre las dinámicas poblacionales asociadas al fortalecimiento de la democracia, al tiempo que se ahondó en el análisis de diagnósticos y modelos econométricos que dan cuenta de los efectos de variables socioeconómicas en el conocimiento de los derechos de los consumidores.

El programa contribuyó al mejoramiento de la calidad de vida de la población, haciendo partícipes a los consumidores de procesos pedagógicos de conocimiento de derechos y construcción de una ciudadanía activa, que abona a la cimentación de una sociedad más equitativa e incluyente.

CONCLUSIONES

La ejecución del programa dejó para cada uno de los actores vinculados a la Red un cúmulo de aprendizajes y capacidades instaladas que permite continuar con procesos de promoción, protección y defensa de los consumidores.

En cada uno de los ejes estratégicos se obtuvieron resultados significativos en términos de políticas públicas más incluyentes para la ciudadanía y se identificaron las barreras para la eficacia del estatuto del consumidor, las cuales se concretan en la falta de voluntad y/o desconocimiento de las autoridades locales de sus obligaciones legales en la promoción y protección, en particular de la garantía para el funcionamiento de los Consejos Locales de Protección al Consumidor.

Otra debilidad se relaciona con los obligados y los beneficiarios de la cadena de consumo, aquellos porque soslayan las obligaciones legales, cargando a los consumidores con las pérdidas ocasionadas por la deficiencia en los productos, y estos porque les falta asumir con racionalidad el rol de consumidores bien informados en el marco de relaciones de consumo más equitativas.

REFERENCIAS

Bedmar, M., & Añaños, F. (2006). *Introducción a la pedagogía/Educación Social*. Granada: Grupo Editorial Universitario. Colombia. Asamblea Nacional Constituyente-

te. Constitución Política de Colombia. Gaceta Constitucional. Bogotá, D.C. 1991. N°.116.

Congreso de la República de Colombia. Ley 1480 de 2011, por medio de la cual se expide el Nuevo Estatuto del Consumidor.

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

Marún, K & Sayas, R. (2015). *Participación ciudadana, consumo y políticas públicas, una perspectiva de control social*. En: Memorias I Encuentro Internacional: Simposio-Las Ciencias Sociales en Contextos. Colombia: Universidad de Cartagena.

Paniagua, M & Miranda L. (2012). *La protección de los consumidores y usuarios y la irrupción del derecho de los consumidores*. En: Derecho (privado) de los consumidores. Madrid: Editorial Marcial Pons.

Sayas, R. & Medina, R, (2016). *Caracterización de las funciones jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio en el marco de la protección de los derechos del consumidor*. Revista *Advocatus*, volumen 14 No. 27. Colombia. Universidad Libre, Seccional barranquilla.