

CAPITULO 2

**DE LA PROMOCIÓN A LA PROTECCIÓN: DESAFÍOS
DE LA DESCENTRALIZACIÓN DE LA POLÍTICA
PÚBLICA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR
EN LA REGIÓN CARIBE COLOMBIANA**

**DERECHO
DEL CONSUMO**

CAPITULO 2

DE LA PROMOCIÓN A LA PROTECCIÓN: DESAFÍOS DE LA DESCENTRALIZACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN LA REGIÓN CARIBE COLOMBIANA

Rosaura Arrieta Flórez ²
Katleen Marun Uparela ³

INTRODUCCIÓN

La entrada en vigencia de la Ley 1480 de 2011 supone para el ordenamiento jurídico colombiano y para la administración pública una serie de cambios, traducidos en la creación de nuevas disposiciones normativas a favor del consumidor, una jurisdicción especializada y una red de instituciones para garantizar su protección.

Más allá del desafío que representa para la administración pública asumir estos cambios, el mayor reto se presenta en la descentralización real y efectiva de la política pública, en la medida en que el campo de acción de las instituciones no puede limitarse al centro del país; pues ello traería como resultado una desprotección en las regiones que, por encontrarse alejadas del centro, no cuentan con presencia institucional suficiente, o en el mejor de los casos, una institucionalidad débil en lo técnico y financiero para asumir las nuevas competencias.

Por lo anterior, surge la necesidad de hacer llegar la política pública a las regiones mediante la actuación coordinada de las instituciones que forman parte de la Red Nacional de Protección al Consumidor, para que de manera gradual se cierre la brecha en-

2 Docente Instituto de Políticas Públicas, Regional y de Gobierno. Universidad de Cartagena. Investigadora grupo CTS. lpreg2@unicartagena.edu.co

3 Abogada de la Universidad de Cartagena, joven investigadora del Programa Consuma Caribe, investigadora del Grupo Conflicto y Sociedad. katleenmu@gmail.com

tre estas instituciones y el ciudadano, y pueda darse en el territorio un aumento en los niveles de protección y promoción de estos derechos.

En este capítulo se reseña un panorama general de la evolución normativa e institucional de la protección al consumidor en Colombia, con el objeto de proporcionar al lector un panorama del contexto jurídico y organizacional alrededor del tema. Posteriormente se presentan los principales hallazgos obtenidos a partir del análisis de la información primaria recopilada tanto en la encuesta diagnóstica realizada en el marco del programa Consuma Caribe, como en la base de datos generada en los consultorios jurídicos a partir del software de atención a usuarios –HORUS–.

El objetivo es analizar los determinantes del conocimiento de los consumidores sobre sus derechos y las normativas que los regulan, partiendo de la hipótesis de que el ejercicio de los derechos tiene como condición necesaria su conocimiento. Por tanto, el conocimiento que tienen los consumidores sobre sus derechos y las normas de protección, se considera esencial para la formulación de estrategias de mejoramiento en la efectividad de la promoción y defensa de los derechos del consumidor en la región caribe colombiana.

EVOLUCIÓN DE LA NORMATIVIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO COLOMBIANO

En materia de protección al consumidor el primer antecedente normativo en Colombia es la Ley General de Consumo, o Ley 73 de 1981, por la cual el Estado colombiano interviene en la distribución de bienes y servicios para la defensa del consumidor, en la cual se incluyen aspectos básicos como: mecanismos y procedimientos administrativos de responsabilidad por la idoneidad y calidad de los bienes y servicios, creación de organismos de orden administrativo y jurisdiccional, expedición de normas sustantivas y de procedimiento para asegurar el cumplimiento de las cláusulas especiales de garantía para compraventa y prestación de servicios, responsabilidad de los productores por su propaganda comercial, vigilancia y control de las unidades de peso, volumen y medidas, obligatoriedad para todos los proveedores y expendedores de fijar públicamente el precio de los bienes y servicios, y la regulación de todo lo relativo a la organización, reconocimiento y régimen de control y vigilancia de las asociaciones y ligas de consumidores.

En desarrollo de lo anterior, y con el objetivo de fomentar la creación y funcionamiento de organizaciones civiles que asuman como tarea la promoción y defensa de los derechos del consumidor, consagrados en las normas vigentes hasta aquel momento, se expidió el Decreto 1441 de 1982, que regula lo correspondiente a las Ligas y Asociaciones de consumidores, su organización, reconocimiento y régimen de control

y vigilancia, vigente a la fecha. De esta manera, desde el plano normativo se reconoce la existencia de organizaciones como fruto de la materialización del derecho de asociación para garantizar la protección, la información, la educación, la representación y el respeto de los derechos de los consumidores.

Posteriormente, en diciembre de 1982 se expidió el Decreto 3466, Estatuto del Consumidor, vigente hasta 2011. En este decreto se define por primera vez en el ordenamiento jurídico colombiano la noción de consumidor y se hace desde la perspectiva contractual, ubicándolo como aquella persona que “contrate la adquisición, utilización o disfrute de un bien o la prestación de un servicio” para satisfacción de sus necesidades.

Este decreto además regula lo relacionado con la fijación de precios máximos al público, la garantía de los productos, la calidad e idoneidad de los bienes y servicios, los procedimientos administrativos para imponer sanciones por incumplimiento a las disposiciones contenidas en esa norma, y se asignan funciones de vigilancia y control a la Superintendencia de Industria y Comercio (en adelante la SIC).

En 1991, con la expedición de la nueva Constitución Política, se logra la constitucionalización del derecho de consumo, consagrándolo como derecho colectivo y se determina la intervención del Estado en el ciclo de producción, con el fin de proteger a los consumidores como último eslabón de la cadena productiva.

Además de estas normas de carácter general, son expedidas normas de carácter especial tendientes a regular las situaciones en las que el consumidor se convierte en usuario de un servicio o producto específico, como la Ley 100 de 1993, que crea el sistema de seguridad social integral y regula el control y funcionamiento de sus entidades para garantizar la prestación de un servicio de calidad.

También aparece la Ley 142 de 1994 que establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios, regulando la prestación de estos servicios para que sean proporcionados siguiendo estándares de calidad para los usuarios.

Además se expide en el año de 1996 la Ley 300, para regular lo relacionado con el consumidor de servicios turísticos, como una categoría especial de consumidor, la cual fue modificada por la Ley 1558 de 2012 y compilada en el Decreto 1074 de 2015.

Como otra categoría especial de consumidor se presenta a los arrendatarios, a los cuales se busca proteger con la Ley 820 de 2003, que establece todos los parámetros bajo los cuales deben regirse los contratos de arrendamiento de vivienda urbana, atendiendo a principios constitucionales en relación con una vivienda digna y a la función social de la propiedad.

Luego entró en vigencia la Ley 1328 de 2009, la cual establece los principios y reglas que rigen la protección de los consumidores financieros en sus relaciones con las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia.

En este mismo año se expide la Ley 1341 que determina el marco general para la formulación de las políticas públicas del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, teniendo como principal objetivo la protección de los derechos de los usuarios de las TIC's, así como el cumplimiento de los derechos y deberes derivados del Hábeas Data.

En el 2011, con la Ley 1480, o Nuevo Estatuto del Consumidor, se regulan los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores y la responsabilidad de los productores y proveedores tanto sustancial como procesalmente en caso de vulneración de derechos del consumidor. Esta norma consagra los derechos de los consumidores, protegiéndolos frente a los riesgos para su salud y seguridad, garantizando el acceso a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas e incluyendo la educación y la libertad de constituir organizaciones de consumidores como derechos de los mismos.

Este recorrido normativo termina con la Ley 1581 de 2012, que establece derechos especiales para los titulares de datos personales, los cuales encierran el derecho constitucional de las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, así como también el derecho a la información.

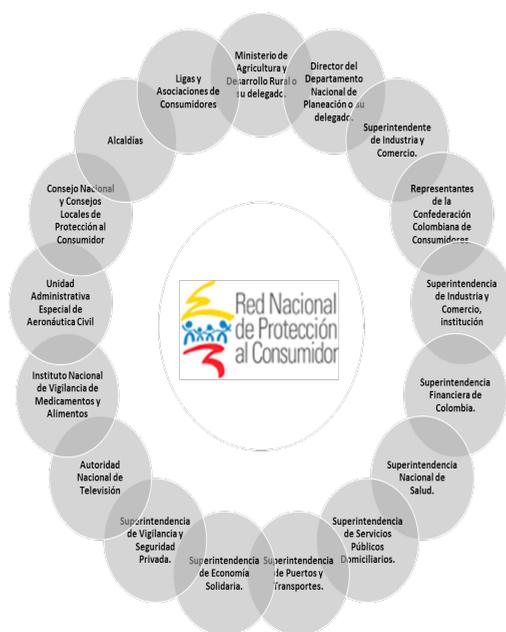
INSTITUCIONALIDAD ENCARGADA DE LA PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN COLOMBIA

El engranaje institucional juega un papel importante a la hora de medir el nivel de promoción y protección de derechos específicos, pues son las instituciones las encargadas de cumplir estas funciones. De esta forma, con la entrada en vigencia del Nuevo Estatuto del Consumidor la institucionalidad de protección a los consumidores en Colombia logra consolidarse, puesto que además de ratificar a la SIC como la encargada de esta tarea, -asignándole facultades jurisdiccionales para resolver controversias originadas entre consumidores, productores y proveedores- crea un sistema especial llamado Red Nacional de Protección al Consumidor (en adelante RNPC).

La RNPC es un equipo interinstitucional que trabaja por la defensa y promoción de los derechos de los consumidores, involucrando actores de distinta naturaleza y competencias tales como Superintendencias, Ministerios, Gobernaciones, Consejo Nacional y Local de protección al consumidor, Alcaldías, Ligas y asociaciones de consumidores.

Por disposición del artículo 75 de la Ley 1480 de 2011, la Red está “encargada de difundir y apoyar el cumplimiento de los derechos de los Consumidores en todas las regiones del país”, estableciendo funciones en cabeza de las alcaldías y los distintos ministerios con relación a su sector regulado y a las políticas sectoriales de cada uno.

Imagen 2. Miembros de la Red Nacional de Protección al Consumidor



Fuente: elaboración de las autoras.

Con el objetivo de lograr el cumplimiento de los derechos de los consumidores en todas las regiones, y de descentralizar progresivamente la política pública, la RNPC cuenta en las distintas ciudades principales del país con las alcaldías mayores y locales, por su función legal atribuida por el Estatuto. Así mismo, con las llamadas Casas del Consumidor, proyecto bandera de esta red para garantizar la presencia institucional de la SIC y otras entidades en diversas ciudades, proporcionando un espacio de confluencia de autoridades de protección en un solo espacio para brindar a los consumidores la asesoría y atención requerida desde el enfoque interinstitucional.

Así las cosas, puede observarse que desde la vigencia del Nuevo Estatuto del Consumidor la actuación de las instituciones relacionadas con la protección del mismo ha cobrado un mayor protagonismo, al menos desde el ámbito normativo. El objetivo

debe ser que la aplicación de la política pública sea efectiva en todo el territorio.

CONTEXTO

Durante los dos años de implementación del programa Consuma Caribe se compiló información primaria que dio cuenta del conocimiento que tienen los consumidores sobre sus derechos y las leyes que los regulan. Esta información también permitió evidenciar la prevalencia de casos de vulneración de derechos en las tres ciudades del Caribe colombiano analizadas (Cartagena, Santa Marta y Sincelejo).

Para lo anterior se realizó una encuesta y se desarrollaron talleres de diagnóstico participativo en las tres ciudades con diferentes grupos de ciudadanos (veedores, líderes y lideresas, estudiantes, entre otros).

La encuesta tiene un tamaño muestral de 1.489 personas y representatividad por edad para las zonas urbanas de las ciudades estudiadas y se estructuró en tres módulos: el primero contiene información socio económica de los encuestados como edad, nivel educativo e ingresos y posición ocupacional. El segundo indaga sobre el conocimiento de la norma y los organismos protectores de los consumidores, y el último, da cuenta de los principales problemas sufridos por los encuestados en relación con su rol de consumidores.

La encuesta arrojó que en las tres ciudades más de la mitad de la población no conoce sus derechos. En Cartagena el 54,3% de los encuestados afirma no conocer sus derechos y el 48.8% afirma no conocer el Estatuto del Consumidor. Los resultados para Santa Marta y Sincelejo son similares, en ambas ciudades el 60% de los encuestados afirmó no conocer sus derechos como consumidor, en contraste con las personas que manifestaron conocer el estatuto del consumidor que superó el 50%. (tabla 1).

La tabla 2 muestra la correlación existente entre el conocimiento de los derechos y el nivel de ingreso de los encuestados. Es así como para Cartagena, el conocimiento de los derechos es tres veces mayor en los encuestados con mayor nivel de ingreso, mientras en Sincelejo y Santa Marta la proporción es de dos veces.

Por otra parte, sólo el 10.3% de los encuestados manifestó que sus derechos son protegidos adecuadamente (bueno y excelente), lo que contrasta con que el 38.6% de los encuestados evalúan el grado de promoción como malo o regular. Estos dos aspectos, promoción y protección, son elementos que estructuran de manera importante el deber ser de las instituciones en materia de derechos del consumidor. Tanto la promoción como la protección están en cabeza de los miembros de la RNPC y, por tanto, al hablar de estos aspectos es obligatorio remitirse a los mismos organismos.

Tabla 1. Conocimiento de la regulación y los derechos de consumidores en Cartagena, Santa Marta y Sincelejo

Ciudades	Conocimiento de los derechos de consumidor		Conocimiento del Estatuto del Consumidor	
	No	Sí	No	Sí
Cartagena	54%	46%	49%	49%
Santa Marta	60%	40%	51%	47%
Sincelejo	60%	40%	56%	44%

Fuente: cálculos de las autoras con base en la Encuesta Consuma Caribe.

Tabla 2. Conocimiento de la regulación y los derechos de consumidores en Cartagena, Santa Marta y Sincelejo por nivel de ingresos

Nivel de ingreso		Conocimiento del Estatuto del Consumidor			Conocimiento de los derechos de consumidor		
		Cartagena	Santa Marta	Sincelejo	Cartagena	Santa Marta	Sincelejo
Menos de 1 Smmlv	No	68,6%	61,6%	64,4%	62,3%	67,3%	63,9%
	Sí	28,3%	37,7%	35,6%	37,7%	32,7%	36,1%
Entre 1 y 2 Smmlv	No	39,9%	49,1%	52,5%	55,8%	57,7%	60,8%
	Sí	58,9%	48,6%	47,5%	44,2%	42,3%	39,2%
Entre 2 y 5 Smmlv	No	33,3%	29,5%	36,1%	42,2%	47,7%	47,2%
	Sí	66,7%	65,9%	63,9%	57,8%	52,3%	52,8%
Más de 5 Smmlv	No	5,3%	12,5%	30,0%	0,0%	37,5%	30,0%
	Sí	94,7%	87,5%	70,0%	100,0%	62,5%	70,0%

Fuente: cálculos de las autoras con base en la Encuesta Consuma Caribe.

Otro indicador que da cuenta de las capacidades reales de los ciudadanos para exigir sus derechos es el conocimiento de la ruta de atención cuando se presentan problemas. De los encuestados, el 71.6% no sabe a dónde acudir en caso de vulneración.

Finalmente, para hacer efectivos los derechos y exigirlos en un posible caso de vulneración, el consumidor debe estar medianamente informado acerca de cuáles son los mecanismos y figuras jurídicas de las que se puede valer. En este caso el conocimiento

del Estatuto del Consumidor cobra gran relevancia puesto que señala cuáles son estos mecanismos y cómo utilizarlos.

En la mayoría de los casos (59.4%) los consumidores consideran que las acciones interpuestas no son efectivas, esto puede explicarse desde el punto anterior, es decir, no necesariamente se debe a que la acción no sea efectiva en sí misma, sino a que la acción escogida por el consumidor no es la apropiada para su caso, lo que se origina desde la imposibilidad de distinguir entre una demanda y una denuncia y cuáles son los casos en los que debe hacer uso de cada una.

En general, los resultados arrojados por la encuesta revelan el desconocimiento que existe de los derechos, la normatividad que los regula, la institucionalidad responsable de garantizarlos y la ruta de atención existente en los territorios.

En este sentido, conocer la norma y los derechos de que son titulares los consumidores, son aspectos esenciales para el ejercicio pleno de los derechos, y eventualmente, dado que se cumplen otras condiciones, de su garantía efectiva.

Teniendo en cuenta la premisa anterior, a continuación se presentan los resultados del modelo econométrico propuesto para analizar los determinantes del conocimiento que tienen los consumidores de Cartagena, Sincelejo y Santa Marta sobre sus derechos y las leyes que lo regulan.

¿QUÉ EXPLICA EL CONOCIMIENTO DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES? FACTORES DETERMINANTES

Para analizar los factores que determinan que los consumidores conozcan sus derechos se propone un modelo probit. En los modelos Probit se asume una distribución normal la cual puede escribirse en la forma de un modelo de probabilidad condicional $f(y|x; \beta) = [\Phi(x'\beta)]^y [1 - \Phi(x'\beta)]^{1-y}$, que bajo el supuesto de errores distribuidos independientemente como una distribución normal con media cero y varianza σ^2 , puede escribirse de la siguiente forma:

$$\pi(x; \beta) = 1 - \Phi\left(-\frac{x'\beta}{\sigma}\right) = \Phi\left(\frac{x'\beta}{\sigma}\right). \quad (1)$$

Las variables dependientes son de orden cualitativo: toman el valor de 1 si los encuestados conocen sus derechos como consumidores (Ley 1840, Estatuto del Consumidor), y de cero en caso contrario. Las variables explicativas utilizadas fueron: sexo, rol dentro del hogar de sus integrantes (jefatura), edad, grupo étnico, nivel educativo y de ingresos.

Los resultados de la estimación permiten establecer conclusiones para el conjunto de las ciudades analizadas: Cartagena, Santa Marta y Sincelejo (tabla 3). La variable explicada se interpreta en dos sentidos: por una parte, si los ciudadanos conocen o no

la norma sobre protección al consumidor, y por otra, si independientemente de conocer la norma, saben que tienen derechos como consumidores.

Tabla 3. Resultados de la estimación de los modelos de Cartagena y Tres Ciudades

y	Cartagena		Tres ciudades	
	Conocimiento de la norma	Conocimiento de derechos	Conocimiento de la norma	Conocimiento de derechos
Sexo	-0,043	0,005	-0,076***	-0,01
Jefe de hogar	0,091	0,126**	0,043	-0,044
Edad	0,009***	0,014***	0,005***	0,008***
Etnia (ninguna)	-0,272	-0,048	-0,1	-0,023
Educación	0,065***	0,080**	0,044***	0,105***
Trabajo	-0,093	-0,064	0,003	0,031
Ingresos	0,075	0,163***	0,049***	0,059***
R2 (pseud)	0,106	0,207	0,042	0,082
Observaciones	391	385	1.347	1.310

P<0,10*; P<0,05**; p<0,01***

Fuente: elaboración de las autoras con base en la Encuesta Consuma Caribe.

Este tratamiento de la variable dependiente pretende capturar las diferencias en la naturaleza de la norma versus el ejercicio de los derechos. El punto de vista de este trabajo apunta hacia el hecho de que pueden existir múltiples obstáculos de quienes conocen la norma, pero no hacen uso efectivo de los derechos, por lo que las inequidades -traducidas en oportunidades para el uso de las instancias de la misma regulación- no pueden superarse.

En este sentido, no solo bastaría para el ciudadano la existencia y el conocimiento de la norma, sino que se requiere el ejercicio efectivo de derechos dado que se han creado las instancias para ello, y que en este ejercicio no haya obstáculos para lograrlo.

En general las variables independientes utilizadas explican convenientemente la probabilidad de conocimiento de la norma sobre protección del consumidor, y en particular, determinan con mayor magnitud la probabilidad de conocimiento de sus derechos. Este resultado se presenta para los niveles de análisis de Cartagena y del agre-

gado regional. Comparativamente, el modelo estimado para Cartagena presenta mayor potencia explicativa que el ejercicio empírico realizado para el agregado regional.

Las variables que mejor explican la probabilidad de conocimiento de la norma en Cartagena son la **edad** (aunque su efecto marginal es muy bajo) y especialmente la **educación**. De hecho, por cada año educativo acumulado la probabilidad de conocer la regulación aumenta en 6.5 puntos porcentuales.

En el agregado regional las variables explicativas que mejor determinan este conocimiento son, además de la edad y la educación, el **sexo** y el **ingreso**. Para el ingreso, el cambio en la probabilidad de conocer la norma aumenta 5% cuando éste supera un salario mínimo legal vigente. A su vez, si el usuario es hombre la probabilidad de conocerla se reduce en 7.6 puntos porcentuales que cuando es mujer.

Cuando se pasa al modelo de conocimiento de derechos los resultados en Cartagena son tanto más robustos como sugestivos. De hecho, el tamaño de los efectos de algunas variables es mayor (como en la edad, donde el efecto es doce veces mayor que en el primer modelo) y entran en consideración otras variables explicativas como la **condición de jefe del hogar** y el **ingreso**.

El efecto de esta condición de cabeza de hogar es muy alto, ya que la probabilidad de conocer los derechos de consumidores aumenta 12.6 puntos porcentuales que en las personas que no cumplen este rol en el hogar. Sin embargo, el efecto marginal del ingreso es aún mayor, ya que la probabilidad de conocer los derechos aumenta 16.3 puntos porcentuales a medida que el ingreso supera el umbral del salario mínimo.

En el agregado regional, las variables edad, educación e ingresos son las que explican de buena forma el cambio en la probabilidad de conocimiento de los derechos de los consumidores. De estas tres variables, la educación presenta el mayor efecto marginal, ya que por cada año de educación adicional el ciudadano manifiesta conocer 10.5 puntos porcentuales más los derechos de consumidor.

El efecto disuasivo de la educación sobre el conocimiento de la norma, pero todavía más sobre el conocimiento de los derechos como consumidor, reflejan un conjunto de inequidades en el acceso a los mecanismos y la información necesaria para que se potencie la resolución de los conflictos generados en la violación de los derechos al consumidor. Este aspecto se acentúa al considerar el efecto del ingreso, el cual parece sugerir una segmentación basada en la escala de salarios en el ejercicio de estos derechos.

REFLEXIONES Y CONCLUSIONES

Los resultados presentados permiten afirmar que existe un bajo y limitado conocimiento de los consumidores de las ciudades de Cartagena, Santa Marta y Sincelejo sobre sus derechos, y las normas y mecanismos de protección. Este bajo conocimiento se refleja en que cinco años después de promulgada la ley de protección al consumidor, más de la mitad de la población encuestada no conoce cuáles son sus derechos, ni tiene conocimiento de la Ley 1480 de 2011, norma que los consagra.

Paralelamente, en los talleres de diagnóstico participativos se evidenció que la ciudadanía percibe lejana la institucionalidad local frente a su obligación de promover y proteger sus derechos. Lo anterior podría explicarse en la existencia de falencias en la ruta de acceso a los derechos, que no solo dependen de la descentralización institucional, sino que también involucran un compromiso institucional frente a las labores de promoción y difusión de derechos.

Tanto en Cartagena, como en el agregado regional, existen factores que determinan el comportamiento de la población al respecto del conocimiento de los derechos y las normas de protección al consumidor, y que en los tres casos, estos factores son principalmente el nivel educativo, el nivel de ingresos, la edad, y para el caso específico de Cartagena, el rol desempeñado en la familia, como la jefatura de hogar.

Lo anterior nos permite inferir que para el caso de Cartagena lo que determina que una persona pueda conocer o no sus derechos como consumidor es el nivel de ingresos de la población, ya que la probabilidad de conocerlos, aumenta 16.3 puntos porcentuales a medida que el ingreso supera el umbral del salario mínimo. Lo anterior podría explicarse considerando que una persona con mayores ingresos tiene más posibilidades de adquirir una cantidad superior de bienes y servicios, que aquella cuyos ingresos no superan el salario mínimo y sus relaciones de consumo estarían determinadas estrictamente por la satisfacción de sus necesidades básicas, como alimentación y acceso a servicios públicos.

En este sentido el espectro de derechos que conoce un consumidor que se ve envuelto en diversas tipologías de relaciones de consumo difiere de aquel que podría conocer un consumidor que está limitado por su nivel de ingresos a solo consumir lo mínimo para su subsistencia.

Adicionalmente, en los datos obtenidos en Cartagena se observa que la probabilidad de conocer los derechos como consumidor aumenta 12.6 puntos porcentuales cuando se tiene la condición de cabeza de hogar, y ello puede estar muy relacionado con las funciones que cumple esta persona, encargada generalmente de hacer “las compras” para satisfacer las necesidades domésticas del entorno familiar, teniendo un

mayor contacto con productores y proveedores, y estando más expuesta a los inconvenientes propios de una relación de consumo.

Así mismo, resulta influyente en esta variable el nivel de formación de la persona. En el caso de Cartagena la probabilidad de que un ciudadano conozca sus derechos aumenta significativamente un 8% con cada grado educativo, lo cual refleja que en la medida en que la población se cualifica es más capaz de distinguir entre sus derechos fundamentales y sus derechos como consumidor.

A diferencia de Cartagena, en Santa Marta y Sincelejo lo que determina el conocimiento de los derechos es el nivel educativo de la población. Se observa que por cada año de educación adicional el ciudadano manifiesta conocer 10.5 puntos porcentuales más sus derechos como consumidor.

Además de los factores determinantes expuestos, un hallazgo importante es que el nivel de conocimiento de los derechos y normas de protección al consumidor resulta siendo igual de determinante para otras situaciones alrededor de la relación de consumo.

De los datos obtenidos se puede afirmar que como consecuencia del desconocimiento de los derechos y del Estatuto, gran parte de la población encuestada no interpuso ninguna acción al momento de una vulneración. Esta situación se da no solo por desconocimiento de los derechos sino por imposibilidad de reconocer los mecanismos idóneos para protegerlos.

En este sentido, el fortalecimiento de las funciones de promoción de los derechos es un imperativo para el éxito de la descentralización de la política pública y de la garantía no solo legal sino real, en la medida en que sólo el consumidor que conoce sus derechos está en capacidad de exigirlos y de usar las herramientas jurídicas creadas para ello.

REFERENCIAS

Colombia. Asamblea Nacional Constituyente. Constitución Política de Colombia. Gaceta Constitucional. Bogotá, D.C. 1991. N° 116.

Colombia. Congreso de la República. Ley 73 de 1981, por la cual el Estado interviene en la Distribución de Bienes y Servicios para la defensa del consumidor, y se conceden unas facultades extraordinarias. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 1981. N° 35.904.

Colombia. Congreso de la República. Ley 100 de 1993, por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 1993. N° 41.148.

- Colombia. Congreso de la República. Ley 142 de 1994, por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 1994. N° 41.433.
- Colombia. Congreso de la República. Ley 300 de 1996, por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 1996. N° 42845.
- Colombia. Congreso de la República. Ley 820 de 2003, por la cual se expide el régimen de arrendamiento de vivienda urbana y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 2003. N° 45244.
- Colombia. Congreso de la República. Ley 1328 de 2009, por la cual se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 2009. N° 47.411.
- Colombia. Congreso de la República. Ley 1341 de 2009, por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 2009. N° 47.426.
- Colombia. Congreso de la República. Ley 1480 de 2011, por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 2011. N° 48.220.
- Colombia. Congreso de la República. Ley 1558 de 2012, por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 2012. N° 48487.
- Colombia. Congreso de la República Ley Estatutaria 1581 de 2012, por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 2012. N° 48587.
- Colombia. Presidencia de la República. Decreto 3466 de 1982, por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 1982. N° 33.559.
- Colombia. Presidencia de la República. Decreto 1441 de 1982, por el cual se regula la organización, el reconocimiento y el régimen de control y vigilancia de las ligas y asociaciones de consumidores y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 1982. N° 36024.

Colombia. Presidencia de la República. Decreto 1074 de 2015, por medio del cual se expidió el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo. Diario Oficial. Bogotá, D.C. 2015. N° 49.523.