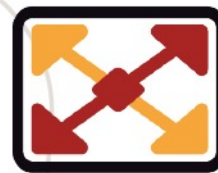


Los Derechos del Consumidor



Extensión
Universitaria
y Educación Continua

Universidad Autónoma Latinoamericana



Extensión Cultural

“Vivimos en este planeta como si tuviésemos otro al que ir”

Terri Swearingen



En la historia quedó plasmado que la Organización de las Naciones Unidas (ONU) declaró en 1983, que cada 15 de marzo se conmemoraría el día mundial de los Derechos del Consumidor, evocando así ese momento de reivindicación social en el que las proféticas palabras pronunciadas por el expresidente de los Estados Unidos, John F. Kennedy, develaban una realidad que era observada con desdén por muchos. Kennedy (1962) en su discurso señaló:

“Todos somos consumidores. Es el mayor grupo económico que se ve afectado y afecta a casi todas las decisiones económicas públicas y privadas. Sin embargo, es el único grupo importante cuyas opiniones no se escuchan lo suficiente”.



Elaborado por:
SANTIAGO ALZATE TOBÓN.

Asesor, Consultorio Jurídico Jorge Eliécer Gaitán
Universidad Autónoma Latinoamericana - UNAULA

La trascendencia de estas palabras van más allá de resaltar a una persona, de diferenciar un día de los demás, es reivindicar a toda la población, es decirle al productor que actúa llevado por un proceso de industrialización insensato, a un consumismo ascendiente por la innovación digital, que no puede olvidar la responsabilidad que le asiste de producir con calidad, de informar con veracidad, de pensar en el medio ambiente y garantizar el perfecto funcionamiento de los bienes y servicios que comercialice. Este día busca entonces, no solo recordarnos que consumir es un acto humano, que es una circunstancia cotidiana y común, un hecho que nos hace iguales como seres humanos, sino también, recordarnos que como consumidores tenemos unos derechos y unas obligaciones.

Al referirnos a los derechos de los consumidores, la palabra consumo acapara la atención, ya que su primera acepción es normalmente acuñada a ciertos atributos como el de “compra compulsiva” o “irracional”, identificamos individuos que parecen haber sido programados para adquirir productos innecesarios o que rápidamente serán obsoletos y que representarán un gasto económico insensato para sus bolsillos. Actualmente, parece oportuno hacer un alto en el camino y reflexionar si somos conscientes de nuestro rol en la economía de un país. Los cambios digitales y la remotividad permitieron que situaciones como la pandemia, el día sin IVA y otras tantas circunstancias de mercado, nos demostraran que ello era cierto, que como consumidores no preguntamos antes de comprar, que no se piensa en las obligaciones, nos permitieron concluir que consumir se basa en comprar y seguir, pero no en preocuparnos por conocer, entender y exigir adecuadamente nuestros derechos, en reflexionar si la publicidad es real, si el anuncio realmente podrá cumplir lo que indica, o simplemente en saber a quién puedo acudir en caso de que el bien falle o me genere un daño.



Hoy, la relación comerciante – consumidor se hizo más estrecha, ya que comprendimos que en la actualidad el comercio electrónico es el motor, es la superautopista de una economía creciente, entendimos que la distancia ya no es un obstáculo para comprar. Cuando un consumidor accede a un entorno digital no se pregunta qué derechos tiene, no somos conscientes de que al utilizar un canal digital este requerirá mínimamente de la recolección, uso o circulación de nuestros datos personales; es decir, que nuestro mundo actual tal y como lo conocemos, nos trae cambios en las conductas de los mercados y por supuesto, de los consumidores.

Es cierto que, hoy en día puedo comprar mucho más fácil que antes, pero en el entorno virtual él mismo se ve aún más vulnerable. Partamos de una afirmación categórica “el consumidor no tiene relación directa o física con el producto que desea adquirir”. Las empresas con espacios digitales buscan crear ofertas que nacen de la información que les suministramos y así nos crean necesidades que tal vez no tenemos o que no éramos conscientes que teníamos, entre algunas de esas estrategias encontramos el *Machine Learning*, una especialidad de la inteligencia artificial capaz de establecer patrones de conducta de un consumidor en espacios digitales solo por los fragmentos que se dejan al navegar en internet, además, es la tecnología que está detrás de las recomendaciones que nos hacen de productos, de las ofertas de servicios que nos llegan a través de redes sociales sin haberlas buscado o esperado, de la ropa que alguna vez pensamos comprar, de las recetas que quiero cocinar o simplemente de películas que sugiere nos gustaría ver.

Ahora bien, el comercio electrónico crea nuevos desafíos para productores y por supuesto, para los consumidores, dado que con mayor frecuencia puedo ver vulnerados mis derechos, por ejemplo, en la aceptación de los términos y condiciones de una página web que no leo por ser extensos y tediosos. El consumidor enfrenta hoy más que antes, una dificultad frente a la asimetría tecnológica, frente a la lucha constante de crear espacios en los que se brinde información clara, veraz y oportuna en las estrategias de mercadeo, por lo que hoy el consumidor debe propender por una igualdad material en el entorno digital, y es aquí cuando el derecho del consumo nace como una respuesta clara y oportuna a la necesidad de proteger la natural vulnerabilidad de una de las partes intervinientes en el mercado que bien podría colocar en riesgo a la misma economía.

Aunado a lo anterior, y con ocasión al día internacional del consumidor, se hace necesario recordar cuales son algunos de nuestros derechos como consumidores, consagrados en la ley 1480 de 2011:





- Derecho a obtener información veraz, suficiente, precisa y oportuna respecto de los productos y servicios que se ofrezcan o estén en circulación. Así como también, acerca de los riesgos y contraindicaciones que puedan derivarse de su consumo o utilización.
- Como consumidor tienes derecho a recibir productos de calidad y seguros para usted y su familia.
- Usted tiene derecho a retractarse, entre otras, cuando realiza una compra por internet. Así las cosas, usted cuenta con (5) cinco días hábiles, contados a partir del día en que realiza la compra por internet para “arrepentirse” y solicitarle al comerciante que le reintegre la totalidad del dinero efectivamente pagado por el producto. (Art. 47, Ley 1480/2011.)
- Tienes derecho a que cuando compres un producto te deben cobrar lo previamente indicado (Circular externa 7 de 2017 – SIC.)
- Recuerde que todo producto nuevo tiene garantía. Además, si el establecimiento de comercio o el comerciante no le indican cual es el tiempo de la garantía del producto, se entenderá que esta es de 12 meses, salvo regulación legal. (Ley 1480 de 2011)



¿Qué puedo hacer si considero que vulneraron mis derechos como consumidor?

Los mecanismos de defensa del consumidor se encuentran inicialmente consagrados en la Ley 1480 del año 2011, establecida esta como un estatuto de especial protección en la relación de consumo que pueda llegarse a presentar en los diferentes mercados del país, pudiendo allí encontrarse las reclamaciones que el consumidor puede realizar a los fabricantes, productores o comercializadores de un producto con el propósito de que este cumpla con las obligaciones legales o contractuales a que hubiere lugar exigir; esta reclamación nace con la sola manifestación del consumidor por medios telefónicos, digitales o presenciales, en todo caso, dejando evidencia al respecto. Adicionalmente, existe la posibilidad de acudir a la acción de protección al consumidor, acción que propende por garantizar un derecho a través de un proceso judicial en el que se afirma existe una vulneración de sus derechos como consumidores.