

Corresponsabilidad del principio de la buena fe respecto del deber de información entre proveedores, distribuidores y consumidores

Por: Diana Carolina Morales Gómez

Nelson Segura Vargas

Resumen

Del principio de la buena fe en materia del derecho del consumidor, mal puede pensarse que las únicas partes obligadas y atadas a su cumplimiento sean únicamente proveedores y distribuidores, pues en su desarrollo viene inmersa, de igual forma, con un grado propio de necesidad, la obligación de que esta sea cumplida y acatada por parte de los consumidores, quienes indiscutiblemente hacen parte esencial de la cadena de distribución, y, como si fuera poco, el cumplimiento del principio de la buena fe, por parte de todas las partes en mención, colabora a la realización del principio de la confianza legítima. Dicho principio se relaciona con el de información, en el sentido de que todas las partes están obligadas a informarse y enterarse ampliamente de las condiciones respectivas de los productos y servicios que se venden y se adquieren, respectivamente, para lograr, en su máxima medida, la efectivización del principio de la buena fe.

Palabras clave: Principio de la buena fe, deber de información, cadena de distribución, corresponsabilidad.

Corresponsibility of the principle of good faith regarding the duty of information between suppliers, distributors and consumers

Abstract

From the principle of good faith in the field of consumer law, it can hardly be thought that the only parties bound and bound to its fulfillment are only suppliers and distributors, since in its development it is immersed in the same way, with a degree of necessity, the obligation that this is fulfilled and complied with by consumers, who are indisputably an essential part of the distribution chain and, as if that were not enough, compliance with the principle of good faith by all the parties mentioned, collaborates with the realization of the principle of legitimate trust. This principle is related to that of information, in the sense that all parties are obliged to inform themselves and learn widely about the respective conditions of the products and services that are sold and acquired, respectively, to achieve maximum effectiveness. of the principle of good faith.

Key words: Principle of good faith, duty of information, distribution chain, co-responsibility.

Introducción

El actual artículo de investigación que se reviste de un carácter esencialmente reflexivo, tiene como finalidad y objetivo principal: esclarecer que, en materia del derecho del consumidor, el deber de información como característica primordial del principio de la buena fe, que gobierna ineludiblemente todas las actuaciones que se permean de las normas, por cuanto al consumidor se refiere, es de obligatorio cumplimiento, tanto por parte de productores y proveedores como

también por parte del consumidor final, puesto que al tener todas las partes que componen la cadena de distribución, derechos exigibles en materia de consumo, también tienen a su cargo ciertos deberes, entre ellos el de información (*ampliamente ligado al principio de la buena fe*), que ayudan al avance y armonización de dichos derechos y prerrogativas, lo cual, ciertamente, permite un avance fluido del consumo y el mercado.

Para el desarrollo de las ideas nombradas en las líneas que anteceden, se hará uso de la normatividad aplicable al caso para esclarecer y dibujar el panorama respectivo a este artículo de investigación, como lo es la Ley 1480 de 2011, por medio de la cual se profirió el Estatuto del Consumidor, Art. 1603 del Código Civil Colombiano, la jurisprudencia aplicable al tema en particular de estudio, proferida por principalmente por la Superintendencia de Industria y Comercio, y, por último, por considerarse como material de apoyo altamente útil, la doctrina aplicable al caso concreto del presente artículo.

En consideración a lo descrito, el deber de información representa una pieza clave para el desempeño efectivo del principio de la buena fe, pues sin la garantización y efectivización de dicho concepto, por la tripartita que compone la cadena de distribución, no sería posible la realización de cada uno de los derechos y amparos establecidos en la ley para los pluricitados sujetos que componen la razón de ser de las normativas que amparan el derecho del consumo.

Descripción de la temática

El consumo es algo que evidentemente atañe a todos los seres humanos inmersos en el conglomerado social que compone el mundo, pues indiscutiblemente para el desarrollo de las actividades diversas, que hacen parte de la cotidianidad, es necesario el implemento de determinados bienes y servicios que corresponden a la “materia prima” del buen funcionamiento de dichas actividades. Sin embargo, el mal uso de las herramientas para la comercialización de los mencionados implementos y la falta de recursos de defensa para la garantía de los derechos, en su mayoría de los consumidores, dio pie al nacimiento de una ley de protección al consumidor, que en gran medida solucionó las dificultades acaecidas en el mundo del consumo, ofreciendo en ella amplias prerrogativas para consumidores – en su mayoría – y distribuidores y proveedores.

En esa medida, para que el ejercicio de los derechos y deberes de todas las partes inmersas en el proceso de distribución, característico del mundo del consumo, puedan desarrollarse de la manera adecuada, es verdaderamente indispensable que las actuaciones propias de dicho proceso estén cimentadas bajo el principio de la buena fe, en primera medida, porque las relaciones de consumo son objetivas, lo que quiere decir que de ellas se desprende un deber fundamental de diligencia para todos los actores de la cadena, el cual se representa o vislumbra en el deber de información, en el sentido de que este concepto exige un cumplimiento dual del mismo; es decir, productores, distribuidores y consumidores están en el deber de propender por una información que sea clara, completa, suficiente y verificable, para que el actuar de todos ayude a forjar un consentimiento libre de vicios y, además de ello, se ayude de esa manera a la celebración de contratos fundamentados basados en la confianza legítima de las partes.

Por lo dicho en las líneas que anteceden, es que entonces puede establecerse que el presente artículo de investigación propenderá, en su utilidad, por la generación de una conciencia colectiva orientada al hecho de que la información adecuada que se proporciona por las tres partes de la cadena de consumo, es una escala que atañe a todos ellos, pues ciertamente si alguna de las partes falta a dicho deber, la relación triangular flaqueará indiscutiblemente, quebrándose por ende el principio de la buena fe objetiva, propia de las relaciones de consumo, proscribiendo las relaciones de consumo a su fracaso absoluto.

Fundamentación de la reflexión

Para la fluidez conceptual adecuada de este escrito, se considera indispensable partir de la definición de las nociones características de este artículo, como lo son: productor, proveedor, consumidor, principio de la buena fe y deber de información.

En el anterior orden de ideas, no hay otra fuente más pertinente para ello que la normatividad que regula la materia, es decir, la Ley 1480 de 2011, en lo que corresponde a los conceptos de consumidor, productor, proveedor e información, por lo que se traerán a colación las descripciones estipuladas en ella para los ítems propuestos en el párrafo anterior, así:

Consumidor o usuario. Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o

doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario.

Productor: Quien de manera habitual, directa o indirectamente, diseñe, produzca, fabrique, ensamble o importe productos. También se reputa productor, quien diseñe, produzca, fabrique, ensamble, o importe productos sujetos a reglamento técnico o medida sanitaria o fitosanitaria.

Proveedor o expendedor: Quien de manera habitual, directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos con o sin ánimo de lucro.

Información: Todo contenido y forma de dar a conocer la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad, y toda otra característica o referencia relevante respecto de los productos que se ofrezcan o pongan en circulación, así como los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización.

Respecto al deber de información, el resultado de la investigación conllevó a apreciar, de igual manera, una conceptualización útil e interesante de él, estipulado en el Art. 1° de la Ley Argentina 27250 del 2016, que reza lo que a continuación se transcribe:

Artículo 1° - Sustitúyase el artículo 4° de la ley 24.240, de Defensa del Consumidor, por el siguiente:

Artículo 4°: Información. El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización.

La información debe de ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada en soporte físico, con claridad necesaria que permita su comprensión. Solo se podrá suplantar la comunicación en soporte físico si el consumidor o usuario optase de forma expresa por utilizar cualquier otro medio alternativo de comunicación que el proveedor ponga a disposición.

Previo a pasar a conceptualizar el principio de la buena fe, se considera atrayente resaltar como, conforme al estudio del derecho comparado, se resalta la importancia de dejar plasmado por escrito o en medio físico, la información que le debe de ser ofrecida a los consumidores, explicando su relevancia en el hecho de que al contar con un soporte de tal resorte, habría lugar a la existencia de menos disquisiciones y malentendidos por parte del consumidor final y el proveedor o productor, que ocasionaría claramente un desarrollo más fluido, confiable y transparente en lo que se refiere a las relaciones de consumo.

Ahora, por cuanto se refiere al principio de la buena fe, una de nuestras normas primigenias se ha referido a él, así:

Artículo 1603. Ejecución de buena fe. Los contratos deben ejecutarse de buena fe, y por consiguiente obligan no solo a lo que en ellos se expresa, sino a todas las cosas que emanan precisamente de la naturaleza de la obligación, o que por ley pertenecen a ella. (Ley 84 de 1873).

A su vez, la Superintendencia de Industria y Comercio (2017), entidad caracterizada por su amplio conocimiento y profesionalismo en derecho del consumidor, ha conceptualizado el principio de la buena fe en los siguientes términos:

Y es que este principio ha sido reconocido como deber incluso con anterioridad a la expedición de la actual Constitución, así, el Código de Comercio desde su expedición a través del decreto 410 de 1971 estipuló en sus artículos 863 y 871 este deber en los periodos pre-contractuales y contractuales de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 863. Las partes deberán proceder de buena fe exenta de culpa en el período precontractual, so pena de indemnizar los perjuicios que se causen.

(...)

ARTÍCULO 871. PRINCIPIO DE BUENA FE. Los contratos deberán celebrarse y ejecutarse de buena fe y, en consecuencia, obligarán no sólo a lo pactado expresamente en ellos, sino a todo lo que corresponda a la naturaleza de los mismos, según la ley, la costumbre o la equidad natural”.

Relativo a la materia de Protección al Consumidor, el Legislador reitera en el artículo 3 de la Ley 1480 de 2011, el deber de buena fe en cabeza de los consumidores en los siguientes términos:

“Derechos y deberes de los consumidores y usuarios. Se tendrán como derechos y deberes generales de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de los que les reconozcan leyes especiales, los siguientes:

(...)

2. Deberes.

(...)

2.2. Obrar de buena fe frente a los productores y proveedores y frente a las autoridades públicas.

(...)”

En virtud de lo expresado, en cualquier actuación en el marco pre-contractual o contractual, el consumidor deberá ceñirse a lo que demanda la buena fe, so pena de incurrir en las sanciones que la equidad imponga y que el juez determinará en la eventualidad de una “*litis*”. (p. 9).

Hechas las precisiones conceptuales precedentes, se tiene entonces que, en los fenómenos de distribución, acaece indiscutiblemente una relación de consumo como consecuencia de un fenómeno económico, a través del cual determinadas personas o instituciones ponen en el mercado los productos y servicios que comercializan. De esa forma, la cadena de distribución está conformada, entonces, en orden de aparición en ese ciclo, por productores u empresarios (*unidad económica*), quienes desarrollan una actividad de tipo económica, ya sea para la elaboración o distribución de un bien o servicio; por proveedores, quienes de manera general sirven de intermediarios en la cadena de consumo, entre productores y consumidores, teniendo a su cargo

casi siempre determinados establecimientos de comercio (*unidad económica*) y quienes además adquieren determinados bienes pero para suplir necesidades empresariales.

Entre los dos primeros protagonistas de la cadena de consumo, es decir productores y proveedores, se genera la aparición de contratos que están destinados a suplir necesidades, respecto de la colocación de productos en el comercio; teniendo en cuenta esto, entre ellos mismos no puede predicarse la existencia de una relación de consumo, puesto que su vinculación se desarrolla indefectiblemente para especular en el mercado y poner bienes y servicios en el comercio.

Ahora bien, por lo que se refiere al consumidor, este ciertamente es el protagonista número uno de la cadena de distribución, pues es el objetivo y destinatario final de ella, lo que quiere decir que él de ninguna manera reingresa al comercio y/o cadena de distribución, el producto o servicio adquirido. En relación con él, es importante denotar la diferencia o clasificación del mismo, para tener la plena comprensión en el momento que se requiera, de cómo actuar y qué herramientas utilizar para determinado caso en específico; así, se tiene que consumidor material, es la persona o sujeto que adquiere y disfruta el bien o servicio obtenido, y consumidor jurídico, es quien concurre a la celebración de un acto jurídico con la finalidad de obtener un bien o servicio determinado, ofertado por los comerciantes que hacen parte de la cadena de distribución.

En esa línea expositiva, por cuanto se refiere a la composición y caracterización de los sujetos pertenecientes a la cadena de distribución, debe señalarse que hay ciertos principios que rigen el desarrollo de las mismas, al ser necesario tener determinadas directrices que propendan por el desarrollo correcto de los patrones y las actuaciones inherentes a dicha área del mercado.

Entre los principios mencionados, el cual es objeto principal de este artículo de investigación, se encuentra el principio de la buena fe, que básicamente le exige a cada una de las partes de la relación tripartita, actuar y proceder con lealtad frente a los demás.

El principio de la buena fe en el derecho privado, plano en el cual se desenvuelve el derecho del consumo, se encuentran dos clases de buena fe: la buena fe subjetiva o simple, que admite un cierto grado de negligencia, y, de otro lado, la buena fe objetiva o calificativa, propia de las relaciones de consumo.

La buena fe objetiva o calificativa, se reitera, la cual es propia en las relaciones de consumo, exige por sí misma un grado de diligencia, para productor, proveedor y consumidor, que se refleja clara e indiscutiblemente en el deber de información, puesto que tener plena credibilidad en la información que es ofrecida por cada una de las partes, ayuda a forjar el consentimiento de los mismos, necesario para la celebración de cualquier negocio jurídico, situación a la que no es ajena el derecho del consumo.

Explicado lo anterior, reviste de igual trascendencia para el actual objeto de estudio, tener conocimiento de que, en el principio de la buena fe, respecto de su deber de información, se desprenden tres ítems que han de ser acatados por todas las partes que componen la cadena de consumo, para cumplir a cabalidad con el mencionado deber, puesto que de lo contrario se vería afectado el círculo de acatamiento del pluricitado principio. Con ello, puede decirse que, en el deber de información, tal y como lo estipula el Art. 6 de la Ley 1480 de 2011 – Estatuto del

Consumidor, se precisan tres conceptos relacionados con él: calidad, idoneidad y seguridad de los productos.

La calidad, puede entenderse como el conjunto de propiedades inherentes a algo, en este caso el bien o servicio que se adquiriera, que permiten juzgar su valor o excelencia (Real Academia Española, 2019), resaltando que ella es una condición de que el producto y/o servicio cumple con las atribuciones que se le han dado; por su parte, la idoneidad, hace alusión a que ese bien o servicio adquirido por el consumidor, sea adecuado para el fin que se obtuvo y que realmente pueda utilizarse o aprovecharse para ello; y, por último, la seguridad se refiere a que ese bien o servicio apropiado por el consumidor, directamente de la cadena de distribución, le ofrezca la certeza y la convicción de que lo comprado está libre de riesgos y peligros, siendo su bien material o inmaterial, idóneo y de calidad, es decir, que en sus condiciones normales de uso, ese bien o servicio no presenta, de ninguna manera, riesgo alguno.

Entre tanto, la información debe entenderse más que como un derecho, como un deber objetivo y una obligación que se debe de tener consigo mismo, en el entendido de que su incumplimiento en determinado caso puede llegar a tenerse como una causal de exoneración de responsabilidad, por el manejo indebido que se le haya dado al producto o servicio ofertado por la cadena de consumo.

Respecto al deber de información, la Superintendencia de Industria y Comercio (2019), citando a Ortega y Martínez (2018) y Shina (2014), en una de sus varias sentencias, ha referenciado lo siguiente:

(...) “los deberes de información deben ser garantizados durante todo el iter contractual de consumo, incluso durante los primeros acercamientos que tienen lugar entre las partes” (...). Y con sobrada razón, pues, “(...) durante el periodo precontractual se requiere información más intensa, dado que el consumidor la requiere antes de efectuar la compra. No obstante, finalizada esta etapa, la obligatoriedad de mantener informado al cliente permanece. En definitiva, hay obligación de informar antes de formalizar el contrato de consumo y, también durante su ejecución. Es una obligación tan importante que no admite intermitencias”.

De otro lado, después de aclarar que la información debe de ser idónea, segura y de calidad, es igualmente relevante dejar estipulado que el concepto mencionado también debe de cumplir con unas características mínimas, como lo son, que sea completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea (Ley 1480 de 2011, Art. 3), para que de esa manera, teniendo plena confianza y seguridad de lo que se está adquiriendo, porque como se ha dicho a lo largo de las líneas que componen el presente artículo, su cumplimiento global y correcto, con todas las implicaciones que acarrea el derecho y el deber de información, puede forjarse correctamente el consentimiento y darse un acatamiento integral de principio de la buena fe, propio de las relaciones de consumo.

Debe de decirse, además de todo lo manifestado, que si bien el Estatuto del Consumidor se ha convertido en la principal "arma" de miles de colombianos insatisfechos, frente a la adquisición

de bienes y servicios (Superintendencia de Industria y Comercio, 2019), este de ninguna manera puede tomarse solamente como un escudo indestructible que pueda usarse arbitrariamente frente a productores y proveedores, ya que:

(...) si bien las normas de protección al consumidor tienen por objetivo solucionar la asimetría de la información y proteger al consumidor por ser la parte débil de la relación de consumo, no deben ser vistas por el consumidor como un mecanismo para incumplir deberes constitucionales y legales -como lo es el no abusar de los derechos-, toda vez que en la ley se consagran, para quienes desplieguen actitudes temerarias, consecuencias sancionatorias e indemnizatorias con las que se busca mantener el equilibrio y la justicia en las relaciones de consumo entre productores y proveedores. (Archila, 2018, párr. 5).

Por ello, la norma consignadora del amplio espectro de derechos y herramientas puestos a disposición de consumidores, casi de forma exclusiva para ellos, obligatoriamente también debe de tomarse de su parte como una obligación intrínseca que los conlleve a actuar siempre de forma correcta, adecuada y sin malas intenciones, pues en ellos igualmente reside la carga de propender por unas relaciones de consumo justas y equilibradas, fundamentadas en la equidad y en el buen juicio.

Resumiendo todo lo expuesto y a manera de ilustración, el deber de información encuentra su razón de ser o fundamento en el principio general de la *Buena fe*, entendida esta objetivamente, como un comportamiento leal, honesto y transparente, a través de la cual se busca mantener en

equilibrio las negociaciones contractuales en un mercado dinámico (Monsalve-Caballero y Rodado-Barreto, 2011), y, por ello, es que este artículo de investigación encuentra su razón de ser, en tanto busca resaltar la importancia de su cumplimiento en las relaciones de consumo, pues, se itera, su observancia tanto en las fases precontractuales y contractuales de las negociaciones jurídicas, contribuye a crear un consentimiento libre de vicios, por medio del cual se manifieste inequívocamente la voluntad de celebración de determinado negocio jurídico, ello porque el consentimiento es uno de los elementos esenciales en todos los contratos. Junto con el objeto y la causa, conforma la trilogía base, sin la cual no existe el contrato como tal (Gobato, 1998, párr. 9).

Conclusiones

Una vez hecho el estudio de los diferentes conceptos inmersos en la cadena de consumo, como lo son, productor, proveedor y consumidor, y al analizar cuál es el impacto o trascendencia del principio de la buena fe, respecto del deber de información, aplicado a dicha relación de consumo, pudo constatar que, en efecto, la aplicación y apropiación del principio de la buena fe exige indiscutiblemente una responsabilidad conjunta o compartida de todos los actores inmersos en la cadena de consumo.

En consideración a las situaciones y explicaciones planteadas a lo largo del desarrollo del presente artículo, puede establecerse que la buena fe reclama que las actuaciones de productores, proveedores y distribuidores se desarrollen bajo el principio de la confianza legítima de todas esas partes, dando nacimiento a una obligación recíproca, en relación con que la información ofrecida en los momentos determinados de la cadena de consumo sea clara, completa, verás, verificable,

oportuna y suficiente, respecto a los productos y servicios que ofrecen y que se aceptan para su compra y adquisición, en el caso de los consumidores.

Así, se tiene entonces que el principio de la buena fe en materia del derecho del consumo, refiriéndose al deber de informar, se aplica y se relaciona en el sentido de que la información dada por productores y proveedores no puede ser de ninguna manera mentirosa, incompleta, oscura o inconclusa, ello por la obligación que tienen de actuar de buena fe por su posición técnica y dominante frente a los consumidores, por su grado de profesionalismo y amplio conocimiento del mercado y las condiciones propias del mismo.

El consumidor, de su parte, tiene esa obligación de informarse ampliamente de los productos y servicios que consume, de cuestionarse sobre cada aspecto respecto a los productos o servicios que pretende conseguir, así como también tiene la obligación de verificar que la información corresponda a la realidad, a las características y las condiciones contractuales de los negocios jurídicos que pretenda celebrar, como consumidor final de la plurimencionada cadena de distribución.

Así, con todo lo dicho, dar una adecuada aplicación del principio de la buena fe con lo que se relaciona específicamente al deber de información, se considera como un pilar necesario y fundamental para la celebración de negocios jurídicos que versen sobre relaciones de consumo, libres de vicios en el consentimiento de cada una de las partes, ya que como consecuencia de que ello puede darse plena credibilidad al conglomerado de datos que se reciben, ayudando de esa manera a forjar la confianza y la legítima certeza de que las acciones que se ejecutan, se desarrollan

en correcta forma y, por ende, se perpetua el equilibrio contractual que debe de pulular en todas las relaciones de consumo.

Referencias

Archila, E. J. (5 de mayo de 2018). Consumidores Temerarios. *Asuntos: Legales*. Recuperado de

<https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/emilio-jose-archila-533671/consumidores-temerarios-2722669>

Congreso Argentino. (2016). *Ley 27250*, Defensa del consumidor. Recuperado de

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/260000-264999/262686/norma.htm>

Congreso de la República de Colombia. (2011). *Ley 1480*, por medio de la cual se expide el

Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Recuperado de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html#5

Congreso de los Estados Unidos de Colombia. (1873). *Ley 84*, Código Civil de los Estados Unidos

de Colombia. Recuperado de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_civil.html

Gobato, A. C. (1998). *La autonomía de la voluntad en las relaciones de consumo*. Recuperado de

http://www.justiniano.com/revista_jurisprudencia/la_autonomia.htm

Monsalve-Caballero, V. y Rodado-Barreto, D. P. (enero-junio, 2011). La integración de la buena fe objetiva en la etapa de formación de los contratos de consumo. *Vniversitas*, (122), 483-518. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/vniv/n122/n122a16.pdf>

Real Academia Española. (s.f.). *Calidad*. Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=DgIqVCc>

Superintendencia de Industria y Comercio. (2017). *Boletín jurídico*. Recuperado de https://www.sic.gov.co/recursos_user/boletin-juridico-feb2017/conceptos/consumidor/16271601.PDF

Superintendencia de Industria y Comercio. (2019). *Sentencia 00001518*. Recuperado de [https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Noticias/2019/Sentencia%201518%20febrero%2011%20de%202019%20\(17-295251\).pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Noticias/2019/Sentencia%201518%20febrero%2011%20de%202019%20(17-295251).pdf)