



D-13333.
OK

Honorables Magistrados

CORTE CONSTITUCIONAL

E. S. D

11:26
Jr

REF: ACCIÓN DE INCONSTITUCIONALIDAD EN CONTRA
DEL ARTÍCULO 847 DEL DECRETO 410 DE 1971 *"Por el cual se
expide el Código de Comercio"*

DIANA ALEXANDRA HEREDIA FLÓREZ y DIEGO POSADA GÓMEZ,
ciudadanos colombianos, mayores de edad. identificados conforme aparece al pie de
nuestras respectivas firmas, miembros activos de la Corporación Universitaria de Ciencia
y Desarrollo Uniciencia, en ejercicio del derecho consagrado en el artículo 40, el numeral
1 del artículo 242 de la Constitución Política de Colombia y el Decreto Reglamentario
2067 de 1.991, presentamos ante la Honorable Sala Plena de la Corte Constitucional
DEMANDA DE INCONSTITUCIONALIDAD en contra el artículo 847 del Decreto
410 de 1971 *"Por la cual se expide el Código de Comercio"*.

La presente acción responderá a los siguientes contenidos:

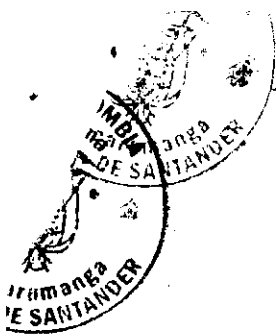
SECCIÓN PRIMERA – PRESENTACIÓN DE LA DEMANDA

- I. Norma Demandada
- II. Petición
- III. Normas Constitucionales Violadas
- IV. Fundamento de la demanda

SECCIÓN SEGUNDA – CONCEPTO DE LA VIOLACIÓN

- I. Violación del preámbulo y el artículo 13 constitucionales
- II. Violación del Artículo 78 constitucional
- III. Violación de los Artículos 333 y 334 constitucionales

SIRLEY MILENA GAMBOA RUEDA
Notaria Séptima El Cangrejo del Circuito de Bucaramanga



SECCIÓN TERCERA – CARGO ÚNICO

SECCIÓN CUARTA – ADMISIBILIDAD DE LA DEMANDA

- I. Competencia
- II. Cosa Juzgada Constitucional

SECCIÓN QUINTA – DISPOSICIONES FINALES

- I. Trámite
- II. Principio *Pro Actione*
- III. Notificaciones

SECCIÓN PRIMERA – PRESENTACIÓN DE LA DEMANDA

I. Norma demandada

Se demanda el artículo 847 del Decreto 410 de 1.971 “*Por la cual se expide el Código de Comercio*”.

DECRETO 410 DE 1971

(marzo 27)

Diario Oficial No. 33.339 del 16 de junio de 1971

Por el cual se expide el Código de Comercio

LIBRO CUARTO

DE LOS CONTRATOS Y OBLIGACIONES MERCANTILES

TÍTULO I

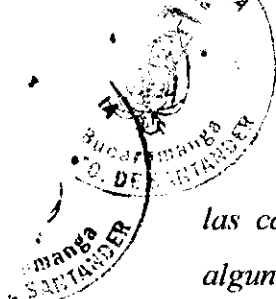
DE LAS OBLIGACIONES EN GENERAL

CAPÍTULO III.

OFERTA O PROPUESTA

“**ARTÍCULO 847. <OFERTA DE MERCADERIAS>**. Las ofertas de mercaderías, con indicación del precio, dirigidas a personas no determinadas, en circulares, prospectos o cualquiera otra especie similar de propaganda escrita, **NO** serán obligatorias para el que las haga. Dirigidas a personas determinadas y acompañadas de una nota que no tenga

SIRLEY GILBERTA GAMBOA RUEDA
Notaria Encargada del Circuito de Bucaramanga



las características de una circular, serán obligatorias si en ella no se hace salvedad alguna."

II. Petición

Solicitamos a la honorable Corte Constitucional se declare **INEXEQUIBLE** lo subrayado del artículo 847 del decreto 410 de 1971 por las razones que se exponen en la presente demanda.

De manera subsidiaria, y en caso de que esta Honorable Corporación no encuentre motivos para declarar la inconstitucionalidad de la norma acusada, se solicita de la manera más respetuosa, se declare la **EXEQUIBILIDAD CONDICIONADA** de la norma, señalando la debida interpretación y aplicación que deberá realizarse de la misma con el fin de generar un concepto claro dentro de la libre interpretación que corresponde a quienes administran justicia.

III. Normas Constitucionales Violadas

1. Constitución Política

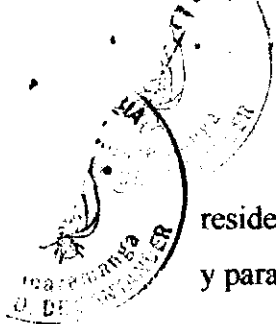
➤ Preámbulo

El pueblo de Colombia, en ejercicio de su poder soberano, representado por sus delegatarios a la Asamblea Nacional Constituyente, invocando la protección de Dios, y con el fin de fortalecer la unidad de la Nación y asegurar a sus integrantes la vida, la convivencia, el trabajo, la justicia, la igualdad, el conocimiento, la libertad y la paz, dentro de un marco jurídico, democrático y participativo que garantice un orden político, económico y social justo, y comprometido a impulsar la integración de la comunidad latinoamericana, decreta, sanciona y promulga la siguiente: CONSTITUCIÓN

➤ Artículo 2

Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo.

Las autoridades de la República están instituidas para proteger a todas las personas



residentes en Colombia, en su vida, honra, bienes, creencias, y demás derechos y libertades, y para asegurar el cumplimiento de los deberes sociales del Estado y de los particulares.

➤ **Artículo 13**

Todas las personas nacen libres e iguales ante la ley, recibirán la misma protección y trato de las autoridades y gozarán de los mismos derechos, libertades y oportunidades sin ninguna discriminación por razones de sexo, raza, origen nacional o familiar, lengua, religión, opinión política o filosófica.

El Estado promoverá las condiciones para que la igualdad sea real y efectiva y adoptará medidas en favor de grupos discriminados o marginados.

El Estado protegerá especialmente a aquellas personas que por su condición económica, física o mental, se encuentren en circunstancia de debilidad manifiesta y sancionará los abusos o maltratos que contra ellas se cometan.

➤ **Artículo 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.

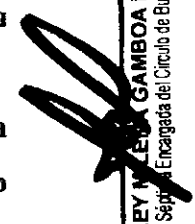
El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.

➤ **Artículo 333**

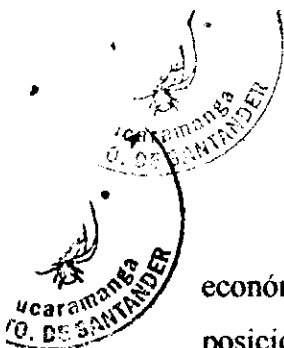
La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.



SIRLEY M. GAMBOA RUEDA
Notaria Séptima Encargada del Circuito de Bucaramanga



El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

➤ **Artículo 334**

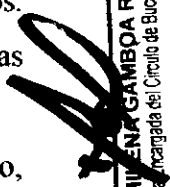
La dirección general de la economía estará a cargo del Estado. Este intervendrá, por mandato de la ley, en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía con el fin de conseguir en el plano nacional y territorial, en un marco de sostenibilidad fiscal, el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y la preservación de un ambiente sano. Dicho marco de sostenibilidad fiscal deberá fungir como instrumento para alcanzar de manera progresiva los objetivos del Estado Social de Derecho. En cualquier caso el gasto público social será prioritario.

El Estado, de manera especial, intervendrá para dar pleno empleo a los recursos humanos y asegurar, de manera progresiva, que todas las personas, en particular las de menores ingresos, tengan acceso efectivo al conjunto de los bienes y servicios básicos. También para promover la productividad y competitividad y el desarrollo armónico de las regiones.

La sostenibilidad fiscal debe orientar a las Ramas y Órganos del Poder Público, dentro de sus competencias, en un marco de colaboración armónica.

El Procurador General de la Nación o uno de los Ministros del Gobierno, una vez proferida la sentencia por cualquiera de las máximas corporaciones judiciales, podrán solicitar la apertura de un Incidente de Impacto Fiscal, cuyo trámite será obligatorio. Se oirán las explicaciones de los proponentes sobre las consecuencias de la sentencia en las finanzas públicas, así como el plan concreto para su cumplimiento y se decidirá si procede modular, modificar o diferir los efectos de la misma, con el objeto de evitar alteraciones serias de la sostenibilidad fiscal. En ningún caso se afectará el núcleo esencial de los derechos fundamentales.

PARÁGRAFO. Al interpretar el presente artículo, bajo ninguna circunstancia, autoridad alguna de naturaleza administrativa, legislativa o judicial, podrá invocar la sostenibilidad fiscal para menoscabar Los <si derechos fundamentales, restringir su alcance o negar su protección efectiva.


SIRLEY MILENA GAMBOA RUEDA
Notaria Séptima Encargada del Circuito de Bucaramanga

2. Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor – Resolución 39/248 de 1.985

➤ **Artículo 5**

Las necesidades legítimas que las directrices procuran atender son las siguientes:

- a) El acceso de los consumidores a bienes y servicios esenciales;
- b) La protección de los consumidores en situación vulnerable y de desventaja;
- c) La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y su seguridad;
- d) La promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores;
- e) El acceso de los consumidores a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual;
- f) La educación del consumidor, incluida la educación sobre las consecuencias ambientales, sociales y económicas que tienen sus elecciones;
- g) La disponibilidad para el consumidor de medios efectivos de solución de controversias y de compensación;
- h) La libertad de constituir grupos u otras organizaciones pertinentes de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten;
- i) La promoción de modalidades de consumo sostenible;
- j) Un grado de protección para los consumidores que recurran al comercio electrónico que no sea inferior al otorgado en otras formas de comercio;
- k) La protección de la privacidad del consumidor y la libre circulación de información a nivel mundial.

➤ **Artículo 11**

Los principios que establecen los parámetros de unas buenas prácticas comerciales en las actividades comerciales en línea y fuera de línea con los consumidores son los siguientes:

- a) **Trato justo y equitativo.** Las empresas deben tratar de manera justa y honesta a los consumidores en todas las etapas de su relación, como parte esencial de la cultura empresarial. Las empresas deben evitar prácticas que perjudiquen a los consumidores, en particular a los consumidores en situación vulnerable y de desventaja.
- b) **Conducta comercial.** Las empresas no deben someter a los consumidores a

SIRLEY MILENA GAMBOA RUEDA
Notaria Séptima del Círculo de Bucaramanga

prácticas ilegales, poco éticas, discriminatorias o engañosas, como las tácticas de comercialización abusivas, el cobro abusivo de deudas u otra conducta inadecuada que pueda entrañar riesgos innecesarios o perjudicar a los consumidores. Las empresas y sus agentes autorizados deben tener debidamente en cuenta los intereses de los consumidores y la responsabilidad de respetar el objetivo de la protección del consumidor.

c) Divulgación y transparencia. Las empresas deben facilitar información completa, exacta y no capciosa sobre los bienes y servicios, términos, condiciones, cargos aplicables y costo final para que los consumidores puedan tomar decisiones bien fundadas. Las empresas deben velar por que se pueda acceder fácilmente a esa información, especialmente a los términos y condiciones claves, con independencia del medio tecnológico empleado.

d) Educación y sensibilización. Las empresas deben elaborar, según proceda, programas y mecanismos para ayudar a los consumidores a adquirir los conocimientos y competencias necesarios para comprender los riesgos, incluidos los riesgos financieros, tomar decisiones bien fundadas y acceder a servicios competentes y profesionales de asesoramiento y asistencia, prestados preferiblemente por terceros independientes, cuando sea necesario.

e) Protección de la privacidad. Las empresas deben proteger la privacidad de los consumidores mediante una combinación de mecanismos adecuados de control, seguridad, transparencia y consentimiento en lo relativo a la recopilación y utilización de sus datos personales.

f) Controversias y reclamaciones de los consumidores. Las empresas deben poner a disposición de los consumidores mecanismos de reclamación que les permitan resolver controversias de manera rápida, justa, transparente, poco costosa, accesible y efectiva sin cargas ni costos innecesarios. Las empresas deben considerar la posibilidad de adoptar las normas nacionales e internacionales relativas a procedimientos internos de reclamación, servicios alternativos de solución de controversias y códigos sobre satisfacción de los clientes.

3. Ley 1480 de 2.011 “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”

➤ Artículo 23

INFORMACIÓN MÍNIMA Y RESPONSABILIDAD. Los proveedores y productores deberán suministrar a los consumidores información, clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que ofrezcan y, sin perjuicio de lo señalado para los productos defectuosos, serán responsables de todo

SIRLEY M. GARCÍA RUEDA
Notaria Séptima Encargada del Circuito de Bucaramanga

daño que sea consecuencia de la inadecuada o insuficiente información. En todos los casos la información mínima debe estar en castellano.

PARÁGRAFO. Salvo aquellas transacciones y productos que estén sujetos a mediciones o calibraciones obligatorias dispuestas por una norma legal o de regulación técnica metrológica, respecto de la suficiencia o cantidad, se consideran admisibles las mermas en relación con el peso o volumen informado en productos que por su naturaleza puedan sufrir dichas variaciones.

Cuando en los contratos de seguros la compañía aseguradora modifique el valor asegurado contractualmente, de manera unilateral, tendrá que notificar al asegurado y proceder al reajuste de la prima, dentro de los treinta (30) días siguientes.

➤ Artículo 24

CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN. La información mínima comprenderá:

1. Sin perjuicio de las reglamentaciones especiales, como mínimo el productor debe suministrar la siguiente información:

1.1. Las instrucciones para el correcto uso o consumo, conservación e instalación del producto o utilización del servicio;

1.2. Cantidad, peso o volumen, en el evento de ser aplicable; Las unidades utilizadas deberán corresponder a las establecidas en el Sistema Internacional de Unidades o a las unidades acostumbradas de medida de conformidad con lo dispuesto en esta ley;

1.3. La fecha de vencimiento cuando ello fuere pertinente. Tratándose de productos perecederos, se indicará claramente y sin alteración de ninguna índole, la fecha de su expiración en sus etiquetas, envases o empaques, en forma acorde con su tamaño y presentación. El Gobierno reglamentará la materia.

1.4. Las especificaciones del bien o servicio. Cuando la autoridad competente exija especificaciones técnicas particulares, estas deberán contenerse en la información mínima.

2. Información que debe suministrar el proveedor:

2.1. La relativa a las garantías que asisten al consumidor o usuario;

2.2. El precio, atendiendo las disposiciones contenidas en esta ley.

En el caso de los subnumerales 1.1., 1.2. y 1.3 de este artículo, el proveedor está obligado a verificar la existencia de los mismos al momento de poner en circulación los productos en el mercado.

PARÁGRAFO. El productor o el proveedor solo podrá exonerarse de responsabilidad cuando demuestre fuerza mayor, caso fortuito o que la información fue adulterada o suplantada sin que se hubiera podido evitar la adulteración o suplantación.

➤ **Artículo 25**

CONDICIONES ESPECIALES. Sin perjuicio de lo dispuesto en normas especiales y en reglamentos técnicos o medidas sanitarias, tratándose de productos que, por su naturaleza o componentes, sean nocivos para la salud, deberá indicarse claramente y en caracteres perfectamente legibles, bien sea en sus etiquetas, envases o empaques o en un anexo que se incluya dentro de estos, su nocividad y las condiciones o indicaciones necesarias para su correcta utilización, así como las contraindicaciones del caso.

➤ **Artículo 26**

INFORMACIÓN PÚBLICA DE PRECIOS. El proveedor está obligado a informar al consumidor en pesos colombianos el precio de venta al público, incluidos todos los impuestos y costos adicionales de los productos. El precio debe informarse visualmente y el consumidor solo estará obligado a pagar el precio anunciado. Las diferentes formas que aseguren la información visual del precio y la posibilidad de que en algunos sectores se indique el precio en moneda diferente a pesos colombianos, serán determinadas por la Superintendencia de Industria y Comercio.

Los costos adicionales al precio, generados por estudio de crédito, seguros, transporte o cualquier otra erogación a cargo del consumidor, deberá ser informado adecuadamente, especificando el motivo y el valor de los mismos. En el evento de que aparezcan dos (2) o más precios, que existan tachaduras o enmendaduras, el consumidor sólo estará obligado al pago del precio más bajo de los que aparezcan indicados, sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar de conformidad con la presente ley.

Cuando el producto esté sujeto a control directo de precios por parte del Gobierno Nacional, el fijado por este será el precio máximo al consumidor y deberá ser informado por el productor en el cuerpo mismo del producto, sin perjuicio del menor valor que el proveedor pueda establecer.

PARÁGRAFO 1o. Los organismos o autoridades encargados de establecer o fijar precios de bienes o servicios ordenarán la publicación de las disposiciones respectivas en el Diario Oficial y al menos en dos (2) diarios de amplia circulación nacional. Los proveedores y productores tendrán dos (2) días a partir de la publicación en el Diario Oficial, para adecuar todos sus precios a lo ordenado por la autoridad.

PARÁGRAFO 2o. La Superintendencia de Industria y Comercio determinará las condiciones mínimas bajo las cuales operará la información pública de precios de los productos que se ofrezcan a través de cualquier medio electrónico, dependiendo de la naturaleza de este.

SIRLEY ILENA GAMBOA RUEDA
Notaria Santa Encargada del Circuito de Bucaramanga

➤ **Artículo 27**

CONSTANCIA. El consumidor tiene derecho a exigir a costa del productor o proveedor constancia de toda operación de consumo que realice. La factura o su equivalente, expedida por cualquier medio físico, electrónico o similares podrá hacer las veces de constancia. Su presentación no será condición para hacer valer los derechos contenidos en esta ley.

➤ **Artículo 28**

DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES. El Gobierno Nacional reglamentará, en el término de un año a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, los casos, el contenido y la forma en que deba ser presentada la información que se suministre a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores, en desarrollo del derecho de información consagrado en el artículo 34 de la Ley 1098 de 2006.

➤ **Artículo 29**

FUERZA VINCULANTE. Las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad obligan al anunciante, en los términos de dicha publicidad.

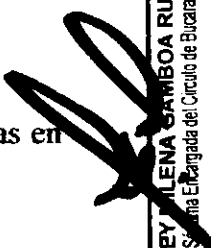
➤ **Artículo 30**

PROHIBICIONES Y RESPONSABILIDAD. Está prohibida la publicidad engañosa.

El anunciante será responsable de los perjuicios que cause la publicidad engañosa. El medio de comunicación será responsable solidariamente solo si se comprueba dolo o culpa grave. En los casos en que el anunciante no cumpla con las condiciones objetivas anunciadas en la publicidad, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, deberá responder frente al consumidor por los daños y perjuicios causados.”

➤ **Artículo 33**

PROMOCIONES Y OFERTAS. Los términos de las promociones y ofertas obligan a quien las realice y estarán sujetas a las normas incorporadas en la presente ley.



SIRLEY MILENA GRAMBOA RUEDA
Notaria Susana Enríquez del Círculo de Bucaramanga

Las condiciones de tiempo, modo, lugar y cualquier otro requisito para acceder a la promoción y oferta, deberán ser informadas al consumidor en la publicidad.

Sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, de no indicarse la fecha de iniciación de la promoción u oferta, se entenderá que rige a partir del momento en que fue dada a conocer al público. La omisión de la fecha hasta la cual está vigente o de la condición de que es válida hasta agotar inventario determinado, hará que la promoción se entienda válida hasta que se dé a conocer la revocatoria de la misma, por los mismos medios e intensidad con que se haya dado a conocer originalmente.

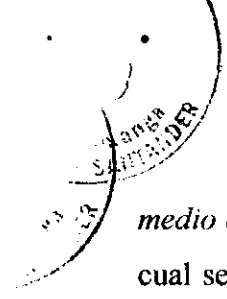
IV. FUNDAMENTO DE LA DEMANDA

Aun cuando en 1.991 se expidió una Constitución Política que significó un cambio significativo en materia de Derechos Humanos y obligaciones estatales respecto de la garantía de los mismos, existen hoy en día leyes que conservan su vigencia y que en mayor o menor medida contradicen estos preceptos al punto de crear una desventaja entre estado y ciudadanos o entre los mismos particulares sean personas naturales o jurídicas.

Dentro de las normas que han conservado su vigencia con posterioridad a la proclamación de la Constitución de 1.991 tenemos el Decreto 410 de 1.971 *"Por la cual se expide el Código de Comercio"*, el cual, dentro de su articulado, señala: ***"ARTÍCULO 847. <OFERTA DE MERCADERIAS>. Las ofertas de mercaderías, con indicación del precio, dirigidas a personas no determinadas, en circulares, prospectos o cualquiera otra especie similar de propaganda escrita, NO serán obligatorias para el que las haga. Dirigidas a personas determinadas y acompañadas de una nota que no tenga las características de una circular, serán obligatorias si en ella no se hace salvedad alguna."*** (Subraya propia)

Dentro de la precitada norma tenemos: En primer lugar, la diferenciación que se hace entre el consumidor determinado y el indeterminado, en segundo lugar, las obligaciones que de esta caracterización surgen para el productor/comercializador y la clara desventaja que esto representa para el consumidor indeterminado ante el tratamiento inequitativo del que es acreedor y cuya única base constituye la calidad de "indeterminado" dentro de la relación comercial y, en último lugar, se limita la oferta de mercaderías a la "propaganda escrita" dejando por fuera toda oferta realizada por cualquier otro medio de comunicación, situación de especial interés en la actualidad en tanto los medios de comunicación, especialmente las redes sociales, juegan un papel tan importante en las relaciones de consumo de la sociedad actual.

En contraposición al artículo demandado, tenemos la Ley 1480 de 2.011 *"Por*



medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”, la cual señala: **“ARTÍCULO 23. INFORMACIÓN MÍNIMA Y RESPONSABILIDAD.** Los proveedores y productores deberán suministrar a los consumidores información, clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que ofrezcan y, sin perjuicio de lo señalado para los productos defectuosos, serán responsables de todo daño que sea consecuencia de la inadecuada o insuficiente información. En todos los casos la información mínima debe estar en castellano.” y, párrafos adelante, señala igualmente: **“ARTÍCULO 39. FUERZA VINCULANTE.** Las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad obligan al anunciante, en los términos de dicha publicidad.” (Subraya propia), norma que, valga decir, es posterior a la expedición de la Constitución, no obstante, está basada en las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor – Resolución 39/248 de 1985.

En esta segunda norma tenemos que la oferta de mercaderías supone una obligación clara para el productor/comercializador frente a los consumidores en general, es decir, se unifica el concepto de consumidor y además, se amplía, el ámbito de aplicación de la norma abarcando en el sentido de que no delimita esta oferta al medio escrito, lo que constituye un gran avance en tanto hace extensiva la norma a medios de comunicación electrónicos, mensajes de datos y demás que se usen o puedan llegar a usarse en el futuro.

Así las cosas, tenemos aquí dos normas que se contradicen entre sí y de las cuales, la primera, representa una clara muestra de relación inequitativa entre productores y/o comercializadores y consumidores que, con la introducción de las tecnologías actuales y la oportunidad que estas representan para la publicitación de multiplicidad de productos y servicios, puede dar lugar a interpretaciones normativas en favor de unos y otros siendo el mayor perjudicado aquel que se encuentra en el lado débil de la balanza, esto es, el consumidor.

Ante esta situación surge la necesidad de unificar la normatividad existente en materia comercial sobre la oferta de mercaderías a fin de reunir los derechos y obligaciones que de ella emanan para ambas partes y el ámbito de aplicación de la misma, situación que sólo puede lograrse si una de las normas, en este caso la más lesiva en la relación productores y/o comercializadores y consumidores, es modificada en beneficio de la norma posterior, la cual goza de concordancia con la Constitución actual.

Es con base en lo anterior que nos permitimos presentar esta demanda buscando la EXEQUIBILIDAD CONDICIONADA del Artículo 847 del decreto 410 de 1971 a fin de

evitar un quebrantamiento de derechos y la violación a nuestro bloque de constitucionalidad.

SECCIÓN SEGUNDA – CONCEPTO DE LA VIOLACIÓN

Violación del preámbulo y el artículo 13 constitucionales.

➤ Preámbulo

“El pueblo de Colombia, en ejercicio de su poder soberano, representado por sus delegatarios a la Asamblea Nacional Constituyente, invocando la protección de Dios, y con el fin de fortalecer la unidad de la Nación y asegurar a sus integrantes la vida, la convivencia, el trabajo, la justicia, la igualdad, el conocimiento, la libertad y la paz, dentro de un marco jurídico, democrático y participativo que garantice un orden político, económico y social justo, y comprometido a impulsar la integración de la comunidad latinoamericana, decreta, sanciona y promulga la siguiente”

➤ Artículo 2

“Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo.

Las autoridades de la República están instituidas para proteger a todas las personas residentes en Colombia, en su vida, honra, bienes, creencias, y demás derechos y libertades, y para asegurar el cumplimiento de los deberes sociales del Estado y de los particulares.”

➤ Artículo 13

Todas las personas nacen libres e iguales ante la ley, recibirán la misma protección y trato de las autoridades y gozarán de los mismos derechos, libertades y oportunidades sin ninguna discriminación por razones de sexo, raza, origen nacional o familiar, lengua, religión, opinión política o filosófica.

El Estado promoverá las condiciones para que la igualdad sea real y efectiva y adoptará medidas en favor de grupos discriminados o marginados.

El Estado protegerá especialmente a aquellas personas que por su condición económica, física o mental, se encuentren en circunstancia de debilidad manifiesta y



sancionará los abusos o maltratos que contra ellas se cometan.”

La norma objeto de la presente demanda vulnera las precitadas normas constitucionales en tanto supone una clara relación de desventaja entre productores y/o comercializadores y consumidores además de un trato discriminatorio en la medida en que da un trato desigual a los consumidores en deferencia a su calidad de determinados e indeterminados dentro de la relación comercial que nace con ocasión de la oferta de mercaderías.

El mencionado trato diferencial cobra especial importancia dentro de las relaciones comerciales actuales en la medida en que las mismas se desarrollan en gran medida a través de medios de comunicación electrónicos en donde los consumidores son, en su mayoría, indeterminados.

De igual forma, tenemos que la norma aquí demandada limita su ámbito de aplicación a la oferta de mercaderías realizada mediante medios escritos excluyendo tajantemente cualquier otro medio de comunicación como vía para el nacimiento del contrato de mercaderías, situación totalmente ajena a la realidad comercial actual.

Finalmente, esta diferenciación realizada respecto de la calidad de consumidor directo e indirecto otorga al productor/comercializador una serie de obligaciones y/o beneficios en pos de la calidad que ostenta el consumidor y cuya única razón de ser recae en la voluntad simple y pura que tuvo el legislador al momento de expedir la norma.

Así pues, esta norma contradice lo previamente conceptuado por la Honorable Corte Constitucional en lo que al derecho a la igualdad se refiere y las dimensiones de su alcance, tal y como lo señala la sentencia T/030 de 2.017, la cual señala:

“La Corte ha determinado que la igualdad es un concepto multidimensional pues es reconocido como un principio, un derecho fundamental y una garantía. De esta manera, la igualdad puede entenderse a partir de tres dimensiones: i) formal, lo que implica que la legalidad debe ser aplicada en condiciones de igualdad a todos los sujetos contra quienes se dirige; y, ii) material, en el sentido garantizar la paridad de oportunidades entre los individuos; y, iii) la prohibición de discriminación que implica que el Estado y los particulares no puedan aplicar un trato diferente a partir de criterios sospechosos contruidos con fundamento en razones de sexo, raza, origen étnico, identidad de género, religión y opinión política, entre otras.”



De igual forma, la sentencia C – 862 de 2.008 preceptúa el Derecho a la Igualdad

así:

“La Constitución concibe la igualdad como un principio y un derecho. Como principio, implica un deber de obligatorio cumplimiento para todas las autoridades y, en especial, para el legislador cuando configura el derecho y fija las directrices necesarias para estructurar las políticas públicas porque es una regla de justicia elemental y se proyecta para definir la forma de Estado. Como derecho, la igualdad es un derecho subjetivo que se concreta en deberes de abstención como la prohibición de la discriminación y en obligaciones de acción como la consagración de tratos favorables para grupos que se encuentran en situaciones de debilidad manifiesta. La correcta aplicación del derecho a la igualdad no sólo supone la igualdad de trato respecto de los privilegios, oportunidades y cargas entre los iguales, sino también el tratamiento desigual entre supuestos disímiles. Es claro que la Constitución no prohíbe el trato desigual sino el trato discriminatorio porque de hecho el trato distinto puede ser obligatorio para ciertos supuestos, siendo el trato discriminatorio aquel que establece diferencias sin justificación constitucionalmente válida. El principio a la igualdad y el derecho subjetivo a la no discriminación, entendidos éstos conceptos desde una perspectiva material que implica el trato igual o diferente pero no discriminatorio, también se imponen en la contratación administrativa no sólo respecto del legislador en el diseño de las normas generales de acceso a la función administrativa, sino también frente a la administración en los procesos de selección y adjudicación de los contratos estatales en concreto.”

Así las cosas, la diferenciación consagrada en el artículo demandado encuentra su origen y fin en la voluntad del legislador y cuya consecuencia es la desigualdad de derechos del que es titular un consumidor respecto del productor o comercializador de ese producto o servicio simple y llanamente por la forma en que adquiere el mismo y que, llegado el caso, puede resultar en desequilibrio legal y económico perjudicial para el eslabón más débil de esa relación comercial, valga decir, el consumidor.

Violación del Artículo 78 constitucional

“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.

El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.” (Subraya y negrita propias)

La Real Academia de la Lengua Española REA, conceptúa oferta como:

Oferta

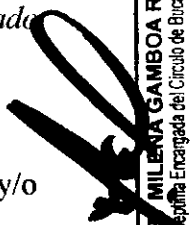
Del lat. Offerre 'ofrecer'.

- 1. f. Promesa que se hace de dar, cumplir o ejecutar algo.*
- 2. f. Don que se presenta a alguien para que lo acepte.*
- 3. f. Propuesta para contratar.*
- 4. f. Puesta a la venta de un determinado producto.*
- 5. f. Puesta a la venta de un determinado producto rebajado de precio.*
- 6. f. Producto rebajado de precio.*
- 7. f. Econ. Conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado.*

Con el fin de comercializar productos y/o servicios los productores y/o comercializadores acuden a la oferta de mercaderías como medio para dar a conocerlos, para lo cual crean una publicidad que consigna, a grandes rasgos, las condiciones de tiempo, modo y lugar de esta oferta y las características del producto y/o servicio a comercializar y la publicitan mediante cualquier medio de comunicación que consideren ideal para sus propósitos comerciales.

Así pues, se constituye la oferta en una declaración unilateral de voluntad, dirigida por una persona a otra, por la cual la primera manifiesta su intención de considerarse ligada, si la otra parte acepta y perfecciona el consentimiento a través de la aceptación del destinatario, el cual origina el nacimiento de un acuerdo de voluntades.

No obstante lo anterior, la norma aquí demandada, hace dos diferenciaciones esenciales en lo que a la oferta de mercaderías se refiere: de una parte, tenemos que limita su ámbito de aplicación a la oferta de mercaderías realizada por medios escritos excluyendo, sin justificación alguna, cualquier otro medio de comunicación susceptible de transmitir publicidad a cualquier consumidor que llegare a conocer de la oferta y, de otra



SIRLE MILENA GAMBOA RUEDA
Notaria
Epitima Encargada del Circulo de Bucaramanga



parte, tenemos que hace una diferenciación fundamental entre el consumidor determinado y el indeterminado quitando a este último la posibilidad de hacer valer el contrato de oferta de mercaderías frente al ofertante en razón a la exoneración de obligaciones que contempla la norma acusada respecto de quien la realiza.

La diferenciación anteriormente señalada supone una gran desventaja para el consumidor que ostenta la calidad de “no determinado” en tanto, a pesar de conocer ofertas del mismo contenido informativo que el consumidor determinado, a este no le surge el derecho a exigir el cumplimiento de la misma, única y exclusivamente en razón a su calidad.

Es así como la norma aquí demandada, además de exonerar de sus obligaciones contractuales a los productores y/o comercializadores respecto de la información contenida dentro de la oferta de mercaderías publicitada, contribuye igualmente a acrecentar la brecha existente entre productores y/o comercializadores y consumidores en tanto coloca a estos últimos en una posición de clara desventaja respecto de quien ostenta una ventaja comercial superior al consumidor respecto de las obligaciones que le acarrea la publicación de una oferta de mercaderías respecto de terceros determinados o no determinados, aun cuando la información y el producto sean los mismos.

Violación de los Artículos 333 y 334 constitucionales

➤ Artículo 333

“La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.”

➤ Artículo 334


SIRLEY MILENA GAMBOA RUEDA
Notaria Encargada del Circuito de Bucaramanga



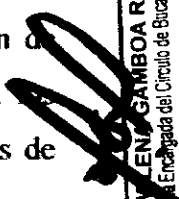
“La dirección general de la economía estará a cargo del Estado. Este intervendrá, por mandato de la ley, en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía con el fin de conseguir en el plano nacional y territorial, en un marco de sostenibilidad fiscal, el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y la preservación de un ambiente sano. Dicho marco de sostenibilidad fiscal deberá fungir como instrumento para alcanzar de manera progresiva los objetivos del Estado Social de Derecho. En cualquier caso el gasto público social será prioritario.(...)”
(Subraya y negrita propias)

Las empresas privadas cumplen una función esencial dentro del desarrollo social, económico y político de cualquier Estado en tanto contribuye al desarrollo económico de sus ciudadanos ya sea en su calidad de empleados o como consumidores de productos y servicios por ellas ofertados y es esta la razón por la cual la libertad económica goza de protección constitucional.

Sin embargo, esta libertad económica, comprende, además de derechos, una serie de obligaciones que deben ser cumplidas por quienes se dedican a la comercialización de bienes y servicios; Dentro de estas obligaciones tenemos el deber que le asiste a los productores y/o comercializadores de informar a los consumidores las circunstancias de tiempo, modo y lugar en que una oferta de mercaderías será exhibida al público para su aceptación.

No obstante lo anterior, la norma demandada permite que los productores y/o comercializadores se exoneren de esta responsabilidad en tanto la oferta se haga por medios escritos y vaya dirigida a personas no determinadas, situación que es manifiestamente adversa a los consumidores en la medida en que los hace susceptibles de ser víctimas de publicidad engañosa por parte de quien ostenta una posición dominante en la relación comercial, situación no prevista por el legislador al momento de creación de la norma objeto de estudio.

Es así como, con posterioridad a la expedición de la norma demandada, se crearon diversidad de medidas en pos de disminuir la brecha existente entre ofertantes y consumidores respecto del alcance vinculante que tiene este tipo de contrato para cada una de las partes, dentro de estas medidas no sólo en el ámbito nacional sino, también, en el internacional.


SIRLEY M. LEN GAMBOA RUEDA
Notaria Séptima Encargada del Circuito de Bucaramanga



Dentro de las medidas existentes en materia de protección al consumidor destacan las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor – Resolución 39/248 de 1.985, el cual consagra, dentro de su texto, lo siguiente:

“Artículo 11. Los principios que establecen los parámetros de unas buenas prácticas comerciales en las actividades comerciales en línea y fuera de línea con los consumidores son los siguientes:

a) Trato justo y equitativo. Las empresas deben tratar de manera justa y honesta a los consumidores en todas las etapas de su relación, como parte esencial de la cultura empresarial. Las empresas deben evitar prácticas que perjudiquen a los consumidores, en particular a los consumidores en situación vulnerable y de desventaja.

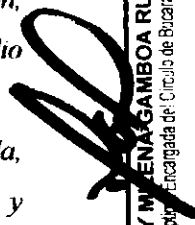
b) Conducta comercial. Las empresas no deben someter a los consumidores a prácticas ilegales, poco éticas, discriminatorias o engañosas, como las tácticas de comercialización abusivas, el cobro abusivo de deudas u otra conducta inadecuada que pueda entrañar riesgos innecesarios o perjudicar a los consumidores. Las empresas y sus agentes autorizados deben tener debidamente en cuenta los intereses de los consumidores y la responsabilidad de respetar el objetivo de la protección del consumidor.

c) Divulgación y transparencia. Las empresas deben facilitar información completa, exacta y no capciosa sobre los bienes y servicios, términos, condiciones, cargos aplicables y costo final para que los consumidores puedan tomar decisiones bien fundadas. Las empresas deben velar por que se pueda acceder fácilmente a esa información, especialmente a los términos y condiciones claves, con independencia del medio tecnológico empleado.

d) Educación y sensibilización. Las empresas deben elaborar, según proceda, programas y mecanismos para ayudar a los consumidores a adquirir los conocimientos y competencias necesarios para comprender los riesgos, incluidos los riesgos financieros, tomar decisiones bien fundadas y acceder a servicios competentes y profesionales de asesoramiento y asistencia, prestados preferiblemente por terceros independientes, cuando sea necesario.

e) Protección de la privacidad. Las empresas deben proteger la privacidad de los consumidores mediante una combinación de mecanismos adecuados de control, seguridad, transparencia y consentimiento en lo relativo a la recopilación y utilización de sus datos personales.

f) Controversias y reclamaciones de los consumidores. Las empresas deben poner a disposición de los consumidores mecanismos de reclamación que les permitan resolver controversias de manera rápida, justa, transparente, poco costosa, accesible y efectiva sin cargas ni costos innecesarios. Las empresas deben considerar la posibilidad de adoptar las normas nacionales e internacionales relativas a procedimientos internos de reclamación, servicios alternativos de solución de controversias y códigos sobre satisfacción de los clientes”



SIRLEY MENA GAMBOA RUEDA
Vicepresidenta Encargada del Circuito de Bucaramanga



Texto normativo que sirvió de base para la expedición de la Ley 1480 de 2.011 *“Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”*, en donde se señalan taxativamente los derechos de los consumidores y usuarios, dentro de los cuales encontramos el derecho a la información:

“ARTÍCULO 3o. 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:*

1. Derechos:

(...)

1.3. Derecho a recibir información: Obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos.

Así mismo, dedica todo un capítulo a detallar lo que el derecho a la información implica para cada una de las partes involucradas en la relación comercial y otro más a la fuerza vinculante que le asiste a los anunciantes respecto de la publicidad de que se valga para ofertar sus productos y/o servicios

“ARTÍCULO 23. INFORMACIÓN MÍNIMA Y RESPONSABILIDAD. *Los proveedores y productores deberán suministrar a los consumidores información, clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que ofrezcan y, sin perjuicio de lo señalado para los productos defectuosos, serán responsables de todo daño que sea consecuencia de la inadecuada o insuficiente información. En todos los casos la información mínima debe estar en castellano.*

PARÁGRAFO. *Salvo aquellas transacciones y productos que estén sujetos a mediciones o calibraciones obligatorias dispuestas por una norma legal o de regulación técnica metrológica, respecto de la suficiencia o cantidad, se consideran admisibles las mermas en relación con el peso o volumen informado en productos que por su naturaleza puedan sufrir dichas variaciones.*

Cuando en los contratos de seguros la compañía aseguradora modifique el valor asegurado contractualmente, de manera unilateral, tendrá que notificar al asegurado y proceder al reajuste de la prima, dentro de los treinta (30) días siguientes.”

“ARTÍCULO 29. FUERZA VINCULANTE. *Las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad obligan al anunciante, en los términos de dicha publicidad.”*



SIRLEY MILENA GAMBOA RUEDA
Notaria Séptima Encargada del Circuito de Bucaramanga



Como consecuencia de lo anteriormente esbozado, es posible concluir que el artículo 847 de la Ley 140 de 1.971 vulnera los derechos de los consumidores en tanto se les da un trato desigual con ocasión de la oferta de mercaderías en tanto se les diferencia entre consumidores determinados y no determinados para delimitar la fuerza vinculante que tiene la oferta respecto de quien la realiza y las obligaciones que de esta se derivan.

De igual forma, la norma demandada excluye dentro de su texto la utilización de medios de comunicación diferentes al escrito para publicitar ofertas por parte de los productores y/o comercializadores, situación que desconoce la realidad comercial actual en donde predomina la publicidad a través de medios electrónicos.

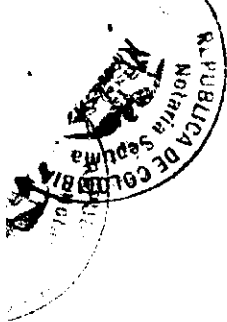
De otra parte, tenemos que la norma objeto de controversia fue expedida con anterioridad a la Constitución de 1.991, razón por la cual no está fundada en los principios y derechos en ella protegidos, especialmente, los que conciernen a los ciudadanos en su calidad de consumidores.

Adicionalmente, encontramos que en el año 2.011 el legislativo expidió la Ley 1480 “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”, norma dentro de la cual se dictan diversidad de preceptos encaminados a la protección del consumidor respecto del deber de información que le asiste a los productores y/o comercializadores de productos y servicios y la información contenida en la publicidad de la que estos se valen para comercializar los mismos.

SECCIÓN TERCERA – CARGO ÚNICO

En sentencia T – 098 de 1.994, esta Corte definió la discriminación como:

“... un acto arbitrario dirigido a perjudicar a una persona o grupo de personas con base principalmente en estereotipos o prejuicios sociales, por lo general ajenos a la voluntad del individuo, como son el sexo, la raza, el origen nacional o familiar, o por razones irrelevantes para hacerse acreedor de un perjuicio o beneficio como la lengua, la religión o la opinión política o filosófica (...) El acto discriminatorio es la conducta, actitud o trato que pretende - consciente o inconscientemente - anular, dominar o ignorar a una persona o grupo de personas, con frecuencia apelando a preconcepciones o prejuicios sociales o personales, y que trae como resultado la violación de sus derechos fundamentales, también dijo que Constituye un acto discriminatorio, el trato desigual e injustificado que, por lo común, se presenta en el lenguaje de las normas o en las prácticas institucionales o sociales, de forma



generalizada, hasta confundirse con la institucionalidad misma, o con el modo de vida de la comunidad, siendo contrario a los valores constitucionales de la dignidad humana y la igualdad, por imponer una carga, no exigible jurídica ni moralmente, a la persona”.

La finalidad de su prohibición es impedir que se menoscabe el ejercicio de los derechos a una o varias personas ya sea negando un beneficio o privilegio, sin que exista justificación objetiva y razonable. De otra manera, efectuar un trato desigual conlleva una vulneración general, manifiesta y arbitraria de la Constitución, momento en el cual el juez constitucional debe efectuar un análisis con el objetivo de establecer sus causas y, como consecuencia, definir la irregularidad.”

Dentro de la norma aquí demandada se pueden evidenciar tres tratos diferenciales así:

- En primer lugar, la norma acusada diferencia dos tipos de consumidores: los determinados y los no determinados, siendo los primeros aquellos a los cuales va dirigida, específicamente, una oferta, y los segundos, consumidores anónimos que, dentro de su actividad normal de consumo tienen acceso a diversas ofertas de productos y/o servicios. Así las cosas, esta diferenciación esta basada no en el consumidor como persona sino en el uso que el productor y/o comercializador haga de la generalidad o especificidad de los medios de comunicación para comunicar su oferta.
- En segundo lugar, tenemos que, dependiendo de la naturaleza o caracterización del consumidor, le nacen ciertas obligaciones al productor y/o comercializador las cuales puede o no tener fuerza vinculante respecto del consumidor dependiendo de la calidad de este último, lo que representa una clara desventaja contractual para el consumidor “no determinado” en la medida en que, aun cuando acepta la oferta, esta aceptación está sujeta a la voluntad del productor y/o comercializador quien puede o no aceptar las condiciones que ha ofertado sin justificación o repercusión alguna respecto de ese consumidor no determinado el cual recibe un trato desfavorable única y exclusivamente en razón a su calidad.
- Finalmente, tenemos que la norma acusada limita su ámbito de aplicación a la oferta realizada mediante “propaganda escrita” excluyendo, sin razón determinada o determinable más allá de la voluntad del legislador, cualquier otro medio de comunicación que sirva para el mismo propósito.

En contraposición a la discriminación, tenemos que esta corporación ha reiterado en su



jurisprudencia que “*el principio de igualdad no impide que la ley establezca tratos diferentes sino que exige que éstos tengan un fundamento objetivo y razonable, de acuerdo con la finalidad perseguida por la autoridad*”¹, así pues, en el presente caso no encontramos materializada dicha finalidad en tanto la calidad de persona “no determinada” constituye la base sobre la cual el oferente se puede abstener de dar cumplimiento a lo ofertado con el aval de la norma vigente la cual no ofrece protección alguna al consumidor que se le ha creado una expectativa respecto del bien y/o servicio y las condiciones en que ha sido ofertado.

Así mismo, tenemos que mediante la Ley 1480 de 2.011, el legislador otorgó especial protección a los consumidores frente a la publicidad engañosa y reforzó su derecho a la información con respecto a los productores y/o comercializadores, no obstante, ser esta una norma garante de derechos del consumidor la cual propugna por la protección de las relaciones de consumo, tenemos que la norma acusada sigue vigente y constituye una clara desventaja para los consumidores en tanto les otorga un trato desigual basada única y exclusivamente en la forma en como los productores y/o comercializadores hacen uso de la publicidad como medio de ofertar sus productos y/o servicios, para llegar a un fin, esto es, la comercialización de su mercadería.

Así pues, respecto de la información señala:

“ARTÍCULO 23. INFORMACIÓN MÍNIMA Y RESPONSABILIDAD. *Los proveedores y productores deberán suministrar a los consumidores información, clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que ofrezcan y, sin perjuicio de lo señalado para los productos defectuosos, serán responsables de todo daño que sea consecuencia de la inadecuada o insuficiente información. En todos los casos la información mínima debe estar en castellano.*

PARÁGRAFO. *Salvo aquellas transacciones y productos que estén sujetos a mediciones o calibraciones obligatorias dispuestas por una norma legal o de regulación técnica metrológica, respecto de la suficiencia o cantidad, se consideran admisibles las mermas en relación con el peso o volumen informado en productos que por su naturaleza puedan sufrir dichas variaciones.*

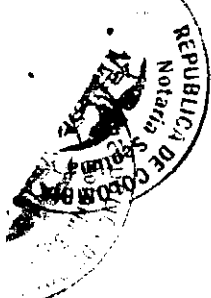
Cuando en los contratos de seguros la compañía aseguradora modifique el valor asegurado contractualmente, de manera unilateral, tendrá que notificar al asegurado y proceder al reajuste de la prima, dentro de los treinta (30) días siguientes.”

“ARTÍCULO 24. CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN. *La información mínima comprenderá:*

1. Sin perjuicio de las reglamentaciones especiales, como mínimo el productor

¹ CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia C-093 de 2001.MP. Alejandro Martínez Caballero.

SIRLEY M. LEIVA GAMBOA RUEDA
Notaria Séptima Encargada del Circuito de Bucaramanga



debe suministrar la siguiente información:

1.1. Las instrucciones para el correcto uso o consumo, conservación e instalación del producto o utilización del servicio;

1.2. Cantidad, peso o volumen, en el evento de ser aplicable; Las unidades utilizadas deberán corresponder a las establecidas en el Sistema Internacional de Unidades o a las unidades acostumbradas de medida de conformidad con lo dispuesto en esta ley;

1.3. La fecha de vencimiento cuando ello fuere pertinente. Tratándose de productos perecederos, se indicará claramente y sin alteración de ninguna índole, la fecha de su expiración en sus etiquetas, envases o empaques, en forma acorde con su tamaño y presentación. El Gobierno reglamentará la materia.

1.4. Las especificaciones del bien o servicio. Cuando la autoridad competente exija especificaciones técnicas particulares, estas deberán contenerse en la información mínima.

2. Información que debe suministrar el proveedor:

2.1. La relativa a las garantías que asisten al consumidor o usuario;

2.2. El precio, atendiendo las disposiciones contenidas en esta ley.

En el caso de los subnumerales 1.1., 1.2. y 1.3 de este artículo, el proveedor está obligado a verificar la existencia de los mismos al momento de poner en circulación los productos en el mercado.

PARÁGRAFO. El productor o el proveedor solo podrá exonerarse de responsabilidad cuando demuestre fuerza mayor, caso fortuito o que la información fue adulterada o suplantada sin que se hubiera podido evitar la adulteración o suplantación.

Respecto de la publicidad, señala:

“ARTÍCULO 29. FUERZA VINCULANTE. Las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad obligan al anunciante, en los términos de dicha publicidad.”

“ARTÍCULO 30. PROHIBICIONES Y RESPONSABILIDAD. Está prohibida la publicidad engañosa.

El anunciante será responsable de los perjuicios que cause la publicidad engañosa. El medio de comunicación será responsable solidariamente solo si se comprueba dolo o culpa grave. En los casos en que el anunciante no cumpla con las condiciones objetivas anunciadas en la publicidad, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, deberá responder frente al consumidor por los daños y perjuicios causados.”

De igual forma, tenemos que el legislador no hace salvedad alguna respecto del contenido de la oferta más allá de que no tenga las características de una circular, es decir, el contenido de la oferta puede ser el mismo en cualquiera de los dos casos, no obstante, la



fuerza vinculante de uno u otro está determinada por la forma en que cada oferta es diseñada ya sea con las características de una circular o no.

Así las cosas, el artículo 847 de la Ley 410 de 1971 constituye una clara violación al derecho a la igualdad y la información que le asiste a los consumidores a la vez que contradice los preceptos consagrados en la Ley 1480 de 2011, norma que, a diferencia de la norma demandada, está fundada en el respeto de los preceptos sobre los cuales se expidió la Constitución Política de Colombia de 1991.

SECCIÓN CUARTA – ADMISIBILIDAD DE LA DEMANDA

I. Competencia

La Corte Constitucional es competente para conocer esta demanda en virtud artículo 241 de la Constitución Política colombiana por medio del cual se *“confía la guarda de la integridad y supremacía de la Constitución en los escritos y precisos términos de este artículo”*, y dentro de esta norma, en el numeral cuarto (4to) tiene la función de *“decidir sobre las demandas de inconstitucionalidad que presenten los ciudadanos contra las leyes, tanto por su contenido material como por vicios de procedimiento en su formación”*.

II. Cosa Juzgada Constitucional

No existe cosa juzgada en el presente caso, pues hasta la fecha la Corte Constitucional no se ha pronunciado sobre la constitucionalidad de la norma demandada, por lo cual procede un pronunciamiento de fondo al respecto.

SECCIÓN QUINTA – DISPOSICIONES FINALES

I. Trámite

El trámite que debe seguir la presente demanda es el señalado en el Decreto 2067 de 1991 y las normas que la adicionen y complementen, así como las normas y actos administrativos que a la fecha se hayan proferido en relación con las demandas como la que se presenta.


SIRLEY MILENA ZAMBOYA RUEDA
Secretaria Encargada del Circuito de Bucaramanga

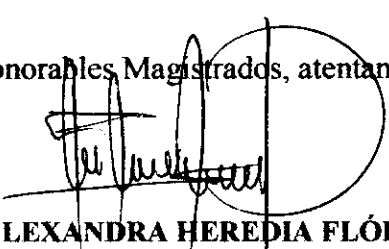
II. Principio Pro Actione

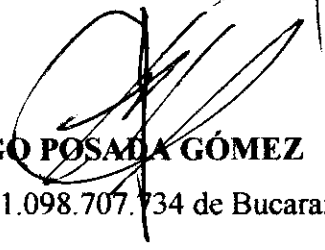
Consideramos que la demanda cumple con los requisitos de admisión ya que las razones expuestas son claras, ciertas, específicas, pertinentes y suficientes, de acuerdo a los criterios jurisprudenciales de la Corte Constitucional. En caso de que la Corte no considere que sea así, les solicitamos a los Honorables Magistrados aplicar el *Principio Pro Actione*.

III. Notificaciones.

Las recibiremos virtualmente en los correos alexandraheredia.juridico@gmail.com y/o djkaos098@gmail.com o a la dirección de Facultad de Derecho de la Corporación Universitaria de Ciencia y Desarrollo – UNICIENCIA – ubicada en la Carrera 12 No. 37 -14, Bucaramanga, Santander.

De los Honorables Magistrados, atentamente,


DIANA ALEXANDRA HEREDIA FLÓREZ
C. C. 1.098.719.607 de Bucaramanga


DIEGO POSADA GÓMEZ
C. C. 1.098.707.734 de Bucaramanga

PRESENTACIÓN PERSONAL Y RECONOCIMIENTO
La suscrita Notaria Séptima Encargada del círculo de Bucaramanga
CERTIFICA

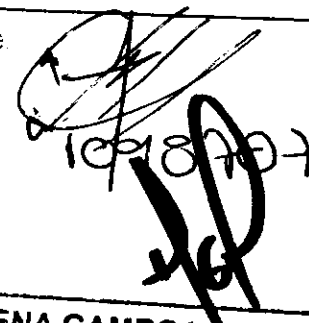
Que Compareció Diego Posada Gómez

Quien se identificó con la C.C. No. 1.098.707.734

Expedida en Bucaramanga y manifestó que la firma que aparece en el presente documento es la suya y que el contenido del mismo es cierto.

Bucaramanga: 07 JUN 2019

El Compareciente


SIRLEY MILENA GAMBOA RUEDA
Notaria Séptima Encargada del Círculo de Bucaramanga



PRESENTACIÓN PERSONAL Y RECONOCIMIENTO
La suscrita Notaria Séptima Encargada del círculo de Bucaramanga

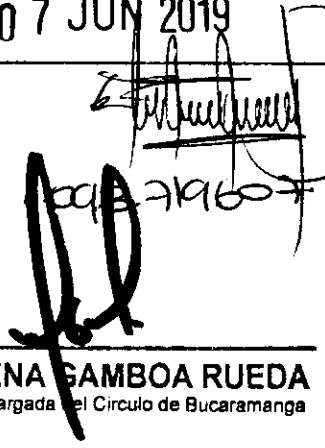
CERTIFICA

Que Compareció

Quien se identificó con la C.C. No.

Expedida en Bucaramanga y manifestó que la firma que aparece en el presente documento es la suya y que el contenido del mismo es cierto.

Bucaramanga: 07 JUN 2019
El Compareciente


SIRLEY MILENA GAMBOA RUEDA
Notaria Séptima Encargada del Círculo de Bucaramanga

