

## Vulnerabilidad de los derechos del consumidor por parte de la empresa de Telecomunicaciones Comunicación Celular S.A. Comcel S.A. (Claro)<sup>1</sup>

### Vulnerability of consumer rights by the Telecommunications Communication Company S.A. Comcel S.A. (Claro)

María Fernanda Otero Andrade<sup>2</sup>  
Angélica María Salazar Paredes<sup>3</sup>  
Katherine Tatiana Villota Pasichana<sup>4</sup>

#### Resumen.

La presente investigación sustenta su acción en el reconocimiento de las falencias y en reconocer el grado de vulnerabilidad frente a la prestación de servicios por parte de la Empresa de Telecomunicaciones Comunicación Celular S.A. Comcel S.A. (Claro), donde se busca determinar cómo se afecta los derechos de los consumidores y como a través de la normatividad vigente, para el caso el Código de Comercio y el Estatuto del Consumidor, pueden proteger sus derechos y reconocer situaciones irregulares como la aceptación o compra de productos o servicios engañosos y frente a posibles daños o perjuicios como podrán aplicar las rutas de acción para el restablecimiento de sus derechos, objetivo que pretendemos abarcar por medio de la aplicación del sistema mixto cuantitativo de encuestas y teórico crítico de recuento histórico normativo de la legislación Nacional e Internacional, permitiendo de esta manera establecer parámetros socioeconómicos de reconocimiento de calidad de prestación de servicio, fallas en el mismo y la posible aplicación de rutas de acción, como parámetros de restablecimiento de derechos frente a las irregularidades de una prestación defectuosa de servicio o el desconocimiento de garantías mínimas de la mencionada prestación.

**Palabras Clave:** prestación de servicios; claro; telecomunicaciones; derecho; estatuto del consumidor, recuento histórico.

#### Abstract.

The purpose of this research is to analyze the vulnerability of the users' rights of the Telecommunications Communication Company S.A. Comcel S.A. (Claro), through the application of the mixed quantitative-qualitative survey system and critical theoretical normative recount of the National and International legislation, allowing in this way establish socio-economic parameters of quality recognition of service provision, faults in this service and even the possible application of action, routes as parameters of reinstatement of rights in the irregularities in a defective service provision or ignorance of minimum guarantees of the mentioned benefit.

**Keywords:** defective provision of services; Comcel; Telecommunications; rights; normative historical count.

---

<sup>1</sup> Artículo de investigación, Universidad de Nariño, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas.

<sup>2</sup> María Fernanda Otero Andrade. Egresada facultad de Derecho y ciencias Políticas de la universidad de Nariño. [Hernandootero@hotmail.com](mailto:Hernandootero@hotmail.com).

<sup>3</sup> Angélica María Salazar Paredes. Egresada facultad de Derecho y ciencias Políticas de la universidad de Nariño. [angelica\\_salazar@hotmail.com](mailto:angelica_salazar@hotmail.com)

<sup>4</sup> Katherine Tatiana Villota Pasichana. Estudiante de la facultad de Derecho y ciencias Políticas de la universidad de Nariño, quinto año vespertino. [tatik0720@gmail.com](mailto:tatik0720@gmail.com).

## INTRODUCCION.

El auge de la tecnología experimentada a nivel mundial durante el último siglo ha permitido el desarrollo de la globalización materializada en parte en el acceso a la nueva tecnología, que ha automatizado y eficiencia los procesos de producción en todos los niveles, la prestación y creación de nuevos servicios, y mejorando considerablemente los ya existentes, como es el caso de la comunicación.

Es así, como en el sector de las comunicaciones el avance de desarrollo tecnológico ha tenido repercusiones relevantes, por cuanto se ha pasado del tradicional correo físico de cartas, pasando por el servicio postal transatlántico y aéreo, al servicio de comunicación de voz y telefonía móvil, este último como el de mayor crecimiento a nivel mundial a la par de la producción de teléfonos inteligentes, y Colombia no ha sido la excepción pues como informal la Revista Dinero<sup>5</sup> citando al Tercer Boletín trimestre del 2017 de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), en nuestro país existen 60,78 millones de líneas telefónicas abonadas, repartidas principalmente entre las principales compañías de telefonía móvil, con Claro S.A. con un manera 47,90%, Colombia Telecomunicaciones Movistar 23,25%, Tigo 18,34%, *Virgin Mobile* con un 4,54%, y finalmente los demás proveedores de telefonía móvil con 5,98% del mercado.

Sin embargo, y pese al desarrollo de la tecnología y su gran acogida progresiva en nuestro país, aun se presentan problemas con la prestación del servicio de telefonía móvil, resultando en la insatisfacción de los usuarios, que genera una afectación de las garantías y derechos del consumidor y que no siempre son compensados de manera clara y precisa a los usuarios afectados por las fallas en el servicio de comunicación, en razón de que la deficiente o nula prestación del servicio acarrea consecuencias que afectan el normal desarrollo de la actividad diaria del usuario, lo que conlleva a que el número de las Peticiones, Quejas y Reclamos (PQR's) se incremente al presentarse de manera continuos fallos que inciden directamente en la calidad del servicio.

Siendo la compañía Claro S.A. la que ostenta la mayor participación del mercado, pues como afirma (Montezuma, 2015, p. 159<sup>6</sup>) y en su posición dominante, donde los afectados son los consumidores como consecuencia del poder de mercado que ostenta determinada empresa; ya que ésta característica le permite explotar a sus consumidores, generalmente mediante la imposición de precios más altos de los que se encontrarían si el mercado estuviera sujeto a una competencia efectiva, esta compañía presta su servicio a nivel nacional, incluyendo la ciudad de Pasto, y es esta compañía la objeto de la presente investigación, por medio del estudio de casos concretos con el objetivo de determinar cuál es el grado de afectación de los derechos del consumidor.

Por lo tanto debido a las transformaciones sociales, se ha hecho necesario que la normatividad se adecue y propenda por proteger los derechos de las personas siendo el caso de las normas erigidas en favor del consumidor, con lo cual se busca disminuir la brecha que existe entre consumidores y proveedores de servicios. Con relación a la problemática existente dentro de Empresa Claro en Colombia, se puede establecer que los problemas que más se presenta se encuentran la falta de calidad del servicio y las deficiencias en los productos, lo cual afecta directamente los derechos del consumidor, vulnerándose la garantía y derechos establecidos por la ley, donde las empresas deben establecer en favor de los

---

<sup>5</sup> S, f. (15 de enero de 2018). Por cada colombiano hay 1,2 líneas de telefonía móvil. Revista Dinero. Recuperado de <https://www.dinero.com/pais/articulo/boletin-trimestral-de-las-tic-a-septiembre-de-2017/254148>

<sup>6</sup> Montezuma, J. (2015). Los precios excesivos en el derecho de la competencia colombiana. Revista Científica CODEX. Vol. 1 No. 1. [p. 159].

consumidores mecanismos idóneos y adecuados para que los usuarios puedan realizar las reclamaciones pertinentes, las cuales deben ser solucionadas a tiempo; así mismo es necesario tener en cuenta el desconocimiento de los usuarios sobre sus derechos y de las herramientas con que cuentan para su protección, establecidos dentro del Estatuto del Consumidor. Haciendo necesario, ¿Identificar el tipo de afectación de los derechos del consumidor por parte de la Empresa de Telecomunicaciones Comunicación Celular S.A. Comcel S.A. (Claro) en la ciudad de Pasto durante el año 2017, a partir de la caracterización de casos? Para lo que se dispone del estudio la normatividad actual en lo relacionado a los derechos del consumidor frente a la prestación de servicios de telefonía móvil de las Empresas de Telecomunicaciones y de la identificación de las principales problemáticas que afectan los derechos de los consumidores de telefonía móvil de las Empresas de Telecomunicaciones, con la finalidad de establecer los perjuicios sufridos por los consumidores, y las posibles rutas de acceso a la defensa de sus derechos.

Para lo anteriormente dicho, la presente investigación estará guiada por una metodología desarrollada dentro del paradigma mixto, según Hernández, S. y otros (2014). “Es un proceso que recolecta; analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema...”, por lo cual a través de este se busca determinar la afectación a los derechos del consumidor con relación a las fallas por la prestación del servicio en telefonía móvil, donde se pretende establecer una ruta de acción y los mecanismos para la protección de sus derechos.

Con relación al enfoque se abarca desde el Critico Social, el cual de acuerdo con Arnal (1992), adopta la idea de que

La teoría crítica es una ciencia social que no es puramente empírica ni solo interpretativa; sus contribuciones se originan de los estudios comunitarios y de la investigación participativa con el objetivo de promover las transformaciones sociales dando respuesta a problemas específicos en el seno de las comunidades. (p. 98)

Debido a que se hace indispensable reconocer que las fallas en la prestación del servicio de telecomunicaciones genera vulneración de los derechos del consumidor, por lo cual al realizar un estudio de este tipo se puede determinar las mayores problemáticas y las posibles rutas de atención, las cuales pueden establecerse de acuerdo a la normatividad vigente para dar solución a la problemática en cuestión.

## **1. MARCO LEGAL DE LA PROTECCION AL CONSUMIDOR.**

### **1.1. Antecedentes del marco jurídico de la protección al consumidor en Colombia.**

Los derechos del consumidor deben ser protegidos por la ley como consecuencia de la disparidad existente entre el poder de negociación de los contratantes en el marco de la denominada relación de consumo, configurando uno de los supuestos en que se hace necesaria la intervención del estado en los contratos que celebran los particulares, con el objetivo de “evitar que una de las partes se aproveche de la inferioridad o debilidad de la otra o de la desigualdad de condiciones en que contratan, por diferencias económicas, sociales y aún psicológicas.” (Vidal del Rio, 2012).

En el contexto colombiano resulta relevante mencionar que, como ocurre a nivel mundial la relación de consumo es el escenario en el que se desarrolla la actividad comercial entre el consumidor y el proveedor

de los bienes y servicios, esta relación no cuenta con definición clara y precisa en la legislación nacional, pero es de resaltar lo postulado por la Superintendencia de Industria y Comercio mediante Concepto No 12-128862 del 30 de agosto de 2012 resalta que:

A efectos de poder determinar la existencia de una relación de consumo debe tenerse en cuenta la finalidad perseguida por el adquirente o usuario, de manera que no puede ser considerado consumidor quien adquiere el bien para incorporarlo a un proceso productivo, para transformarlo e introducirlo posteriormente en el mercado, para introducirlo nuevamente en el mercado sin transformarlo o incorporarlo a un proceso productivo, o no se sirve del mismo para satisfacer una necesidad propia, privada, familiar, doméstica o empresarial que no esté intrínsecamente ligada a su actividad económica propiamente dicha" (SIC, 2012).

Los sujetos dentro de la relación de consumo la componen los proveedores y consumidores, al respecto resulta relevante la definición conceptual consagrada en el Decreto 3466 de 1982, que reglamenta la protección al consumidor, determinando en su artículo 1.º Literal c), que consumidor es "Toda persona natural o jurídica, que contrate la adquisición, utilización o disfrute de un bien o la prestación de un servicio determinado, para la satisfacción de una o más necesidades", así mismo el literal b define al proveedor o expendedor como:

Toda persona, natural o jurídica, que distribuya u ofrezca al público en general, o a una parte del él, a cambio de un precio, uno o más bienes o servicios producidos por ella misma o por terceros, destinados a la satisfacción de una o más necesidades de ese público.

Pero la relación de consumo puede resultar asimétrica, debido en parte a la diferencia en el equilibrio entre el consumidor y el proveedor, como es el caso de las empresas dedicadas al suministro de servicios por suscripción como la telefonía móvil y televisión como afirma Thorne León (2012), pero es importante resaltar que existen una gran cantidad de PQR's instauradas contra estas compañías como es el caso compañía de Comunicación Celular S.A Comcel S.A (Claro Colombia), que resulta ser la empresa contra quien más se elevan PQR's, tal como lo demuestra el Informe De Peticiones, Quejas Y Recursos - Sector de Comunicaciones Telefonía Móvil, Fija e Internet del año 2017 elaborado por la Superintendencia de Industria y Comercio, que al respecto consigna que:

De enero a junio de 2017, los ocho (8) proveedores de telefonía móvil alcanzaron un total de 59.074.868 abonados, el que al ser comparado con el número de PQR's, arrojó que por cada línea móvil abonada se presentaron 0,39 peticiones, quejas y recursos. Se presentaron en promedio 126.484 PQR's diarias. Para el caso de Comcel, se reportaron 86.039 PQR's diarias, seguido de Movistar con 22.078 PQR's diarias, Virgin recibió 5.731 PQR's, Avantel recibió 5.135 PQR's diarias, Tigo con 3.677 PQR's. (SIC, 2017).

Es entonces, cuando toma especial relevancia la protección que debe erigirse en aras del consumidor, por cuanto resulta ser la parte más vulnerable toda vez que como eslabón final de las relaciones económicas, los consumidores merecen una posición privilegiada y una tutela especial ante hipotéticas infracciones a la normativa (Soto Pineda, 2014),

Es por ello que la legislación colombiana ha regulado la protección al consumidor, y es de resaltar que desde hace varios años ha transformado y modificado la normatividad con el objetivo de brindar mejores garantías a los sujetos de la relación de consumo, como es el caso del Decreto 1900 de 1900 que

determinaba que las telecomunicaciones deben ser utilizadas como instrumentos para impulsar el desarrollo político, económico y social del país, con el objeto de elevar la calidad de vida de los habitantes en Colombia, pero la promulgación de la Constitución Política de 1991 marcó un importante hito en el desarrollo normativo para la protección del consumidor, la Carta Magna determina en su artículo 78 que la ley regulará el control de la calidad de bienes y servicios ofrecidos a la comunidad, aunque habrían de transcurrir un par de años para que se emanara el Decreto 1130 de 1999 en su artículo 40 asumió el cuidado y protección de los derechos de los usuarios y consumidores, pasando por diversas resoluciones y circulares de entidades gubernamentales encaminadas a fortalecer la protección del consumidor en razón a su condición de vulnerabilidad, como es el caso de la resolución CRT 087 de 1997 expedida por la Comisión de Regulación de las Telecomunicaciones que establecía la protección de los derechos de los suscriptores y usuarios, contemplando temas de las obligaciones de los usuarios de las Telecomunicaciones, hasta la promulgación de Ley 1480 de 2011, Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor, esta norma tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos. Así mismo, introdujo a las relaciones de consumo una serie de obligaciones para proteger de forma idónea a los consumidores.

(...) El Decreto Ley 3466 de 1982 ya no era suficiente para corregir las asimetrías generadas por las nuevas formas de comercialización ni por la carencia de información disponible en el mercado. Por tanto era necesario legislar sobre materias enteras que nunca han sido objeto de regulación o que habían sido tratadas muy tangencialmente por algunas normas sueltas, como los contratos de adhesión y las cláusulas abusivas, la responsabilidad por daños causados por productos defectuosos o las ventas a distancia entre otros. (Giraldo et al, 2012, prologo)

La anterior regulación se complementa con pronunciamientos de las Altas Cortes de nuestro país, como es el caso de la providencia de la Corte Constitucional C -1141 de 2000 donde se determina que:

La protección del consumidor y usuario sería incompleta si ella se limitara a las garantías sobre la calidad de los productos y servicios en función del uso específico. De ahí que el derecho del consumidor reconozca como elemento de su esencia el derecho a obtener de los productores y distribuidores profesionales, el resarcimiento de los daños causados por los defectos de los productos o servicios, con el fin de garantizar su uso seguro.

Aunado al pronunciamiento del Consejo de Estado mediante sentencia con Radicación 25000-23-24-000-2001-0849-01 (Exp. 8149) de 2003, donde se profiere sanción por la falta de entrega de información suficiente y veras hacia el consumidor, pues subraya la corporación, que dicha información resulta trascendental para que el usuario pueda materializar las garantías y derechos que le amparan dentro de nuestra legislación vigente, y el desconocimiento de dichas garantías constituye una falta grave del proveedor de los bienes y servicios, pues incurre en prácticas insanas para el comercio y afecta al consumidor, y por ello el Estado debe proteger a esté último, y además sancionar este tipo de conductas.

### **1.1.1. Ley 1480 de 2011: Estatuto de protección al consumidor.**

La ley 1480 de 2011, fue expedida con la finalidad de modernizar la normatividad existente sobre protección al consumidor, eliminar irregularidades en la información y reducir los costos de transacciones que pueden generarse a partir de las relaciones de consumo. El estatuto de protección al consumidor, incluyó más ámbitos, donde se obliga al proveedor a reparar los perjuicios ocasionados en el proceso de

relaciones de consumo, a través de reglas de responsabilidad y tomando la idea de que el proveedor tiene mayor capacidad de soportar el daño causado al consumidor.

En ese mismo sentido, la ley 1480 de 2011, ha establecido una serie de derechos y obligaciones que se puntualizan en los siguientes elementos, de los cuales se hace mención en la mayor brevedad.

**1.1.1.1. Garantías:** Es uno de los principales elementos de responsabilidad que debe asumir el proveedor. La garantía se encuentra definida en la ley 1480 de 2011 así:

(...) 5. garantía: obligación temporal, solidaria a cargo del proveedor y el proveedor, de responder por el buen estado del producto y la conformidad del mismo con las condiciones de idoneidad, calidad y seguridad legalmente exigidas y ofrecida. La garantía no legal no tendrá contraprestación adicional al precio del producto.(...)

La garantía, lleva consigo la obligación de arreglo o reparación de los productos adquiridos que sean defectuosos, la obligación de suministrar los repuestos de los productos dañados, la obligación de hacer devolución total o parcial del producto defectuoso, también debe la obligación de suministrar información pertinente a la instalación, mantenimiento y uso de aquellos productos adquiridos, lo anterior según lo establecido en el artículo 13 de la ley 1480 de 2011

**1.1.1.2. Responsabilidad por Publicidad:** La ley 1480 de 2011 o Estatuto del consumidor, define la publicidad en:

Artículo 5. (...) 12. publicidad: Toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo.

13. Publicidad engañosa: Aquella cuyo mensaje no corresponda a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión. (...).

Respecto de lo anterior, se puede estipular que la publicidad engañosa, es sin duda aquella que se origina de daños ocasionados por engaños que afectan o contarían la decisión de los consumidores al momento de adquirir un producto.

**1.2. Antecedentes del marco jurídico respecto de la protección al consumidor en el sector de las telecomunicaciones.**

Con la expedición de la ley 1341 de 2009, en la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), se puede decir, que se cuenta con el primer antecedente normativo y de carácter particular, en cuanto a lo que se refiere a la regulación jurídica en el tópico de tecnologías de la información y de las telecomunicaciones.

La comisión de Regulación de las comunicaciones ( CRC), en el ejercicio de sus facultades legales, de manera especial conferidas por la ley 1341 de 2009, por el artículo 18 del decreto 2870 de 2007 y de conformidad con lo establecido en la Decisión 638 de la Comunidad Andina, expide la Resolución 3066 de 2011, la cual deroga la resolución 1732 de 2007, en la cual se funda el Régimen integral de protección de los derechos de los usuarios de los servicios de comunicaciones, con lo cual se intenta concentrar en un

solo cuerpo normativo todas las regulaciones de protección al usuario de los servicios de tecnologías de información y telecomunicaciones, para garantizar la efectiva protección de los derechos de los usuarios.

El régimen de protección al Usuario de la ley 1341 de 2009, en su título VI, define la integración de las normas generales de protección al consumidor con las normas pertinentes de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones; sobre el tema, el artículo 53 de la precitada norma, la ley 1341 de 2009 expresa:

**ARTÍCULO 53. RÉGIMEN JURÍDICO.** El régimen jurídico de protección al usuario, en lo que se refiere a servicios de comunicaciones, será el dispuesto en la regulación que en materia de protección al usuario expida la CRC y en el régimen general de protección al consumidor y sus normas complementarias en lo no previsto en aquella. (...)

Conviene subrayar que la norma de carácter general es el Estatuto de consumidor, la ley 1480 de 2011. En consecuencia, la mencionada Resolución 3066 de 2011, es la normativa sectorial que regula, entre muchas cosas, situaciones y aspectos de protección al consumidor en lo referente a telecomunicaciones. De ahí que la norma de carácter sectorial debe ser interpretada y aplicada bajo los principios y lineamientos que atribuye la Ley general.

#### **1.2.1. Resolución 3066 de 2011, expedida por la comisión de regulación de comunicaciones.**

La precitada resolución, tiene señalado como principio general, la información, y de tal situación, en su artículo 6, establece:

**Artículo 6°. Principio de información.** En todo momento, durante el ofrecimiento de los servicios, al momento de la celebración del contrato y durante su ejecución, a través de los mecanismos obligatorios de atención al usuario previstos en el numeral 11.9 del artículo 11 de la presente resolución, el proveedor de servicios de comunicaciones debe suministrar al usuario, toda la información asociada a las condiciones de prestación de los servicios, derechos, obligaciones y las tarifas en que se prestan los servicios.

Para tal efecto, deberá suministrar dicha información en forma clara, transparente, necesaria, veraz y anterior, simultánea y de todas maneras oportuna, suficiente, comprobable, precisa, cierta, completa y gratuita, y que no induzca a error, para efectos de que los usuarios tomen decisiones informadas respecto del servicio o servicios ofrecidos y/o requeridos.

Los proveedores de servicios de comunicaciones deberán dar cumplimiento a todos los deberes de información contenidos en el presente régimen, facilitando al usuario el acceso a la información que exige la presente resolución, a través de las oficinas físicas de atención al usuario, las oficinas virtuales de atención al usuario (la página web del proveedor y la página de red social a través de la cual se presentan las PQR), y las líneas gratuitas de atención al usuario.

En esa misma medida, en su artículo 11, la Resolución 3066 de 2011, presenta la guía para entender, lo que concretamente se debe informar por parte de los proveedores de telefonía móvil a los consumidores. Respecto de ello, manifiesta:



Artículo 11. Deber de información. Los proveedores de servicios de comunicaciones, desde el momento en que ofrecen la prestación de sus servicios, durante la celebración de los contratos y en todo momento durante la ejecución de los mismos, deben suministrar al usuario información clara, transparente, necesaria, veraz, anterior, simultánea y de todas maneras oportuna, suficiente y comprobable, precisa, cierta, completa y gratuita, que no induzca error para que los usuarios tomen decisiones informadas, respecto del servicio ofrecido o prestado.

11.1. Ofrecer al usuario la alternativa de elegir entre la entrega del contrato de prestación de servicios de comunicaciones y sus anexos, por cualquier medio físico o electrónico, por una sola vez de forma gratuita.

11.2. Entregar al usuario en el momento de la celebración del contrato copia escrita del mismo y de todos sus anexos, así como de las modificaciones del contrato, cuando a ello haya lugar, durante la ejecución del mismo.

11.3. Informar al usuario en el momento de la celebración del contrato y durante su ejecución, los riesgos relativos a la seguridad de la red y del servicio contratado.

11.4. Informar al momento de la celebración del contrato sobre la necesidad que el usuario que celebró el contrato autorice de manera previa, el tratamiento, uso, conservación y destino de sus datos personales.

11.6. Informar al usuario al momento de la celebración del contrato y durante su ejecución, la existencia de posibles consecuencias legales para el usuario asociadas al acceso y uso de contenidos ilícitos y violación de los derechos de autor, cuando para tales conductas se utilicen los servicios de comunicaciones.

11.11. Los proveedores del servicio de telefonía móvil deberán informar a sus usuarios sobre la posibilidad que tienen del envío de un mensaje corto de texto SMS al código 85432 con la palabra "QUEJA" con el fin de que el proveedor los contacte a más tardar al siguiente día calendario para que el usuario pueda presentar una queja o reclamo.

La prenombrada Resolución, se conforma de un artículo concerniente a los derechos y obligaciones de los consumidores, en donde se consagra que es un derecho obtener la información necesaria de los servicios, costos y demás elementos y circunstancias esenciales respecto de la telefonía móvil en la etapa precontractual y contractual, escenario que no se encontraba reglado dentro de la Resolución 1732 de 2007, en la cual respecto de este punto únicamente se tenía en cuenta un artículo respecto de las obligaciones de los consumidores, el cual ordenaba al consumidor, hacer uso de la información suministrada para la correcta ejecución del contrato, obligación que se encuentra de igual manera contemplada dentro de la Resolución 3066 de 2011.

En suma a lo anterior, la Resolución 3066 de 2011, amplía los criterios que debe cumplir la información, añadiendo criterios tales como la precisión, necesidad, anterior, simultánea, oportuna, comprobable, completa y que no induzca a caer en error. De igual manera se implantaron mandatos para la autorización de tratamiento y conservación de datos personales, se contemplaron disposiciones para informar al consumidor las consecuencias legales respecto de la violación de normas de derechos de autor o acceso a contenidos ilícitos en el uso del servicio.



### 1.3. Breve análisis del régimen de protección al consumidor adoptado por Colombia.

En el caso particular de este artículo, respecto de la identificación del tipo de afectación de los derechos del consumidor por parte de la Empresa de Telecomunicaciones Comunicación Celular S.A. Comcel S.A. (Claro) en la ciudad de Pasto durante el año 2017, a partir de la caracterización de casos, y respecto de la protección al consumidor, no es posible analizarlo, sin antes entender cuál es el tipo de régimen de protección al consumidor que tiene este país, como también se hace necesario entender cuál es la realidad en materia institucional para la protección de los derechos del consumidor.

Tomando como referencia un estudio realizado por UKDTI, 2003<sup>7</sup> (como se citó en Bonilla, 2014), se llegó a la conclusión que existen varias tipologías de regímenes de protección al consumidor, de tal suerte que los países pueden agruparse en tres diferentes grupos, a saber:

Model 1: consensual and interventionist; the approach was to avoid detriment through more extensive regulation and resolve problems when things go wrong through state led dispute settlement procedures; most cases would be settled without a need for going to court which would be seen as an unusual outcome. Such systems relied on bureaucracy with high costs to the state and potentially more barriers to traders entering the market.

Model 2: mix of private and public enforcement of a considerable body of law in the criminal and civil courts; contractual arrangements for alternative forms of dispute resolution; ultimately adversarial, but with small claims court ensuring easier access to justice for private individuals; the real possibility of court action improves the bargaining position of the consumer.

Model 3: Non-interventionist, dependent on private action, mostly by individuals, where consumer protection is weak because of the framework of law and institutions; dispute resolution procedures not comprehensive; consumers mostly left to resolve problems themselves (p. 34).

---

<sup>7</sup> **Modelo 1:** consensual e intervencionista; el enfoque fue evitar el detrimento a través de una regulación más extensa y resolver problemas cuando las cosas van mal a través de los procedimientos de resolución de disputas liderados por el estado; la mayoría de los casos se resolverían sin necesidad de recurrir a los tribunales, lo que se consideraría un resultado inusual. Dichos sistemas se basaban en la burocracia con altos costos para el estado y potencialmente más barreras para los comerciantes que ingresan al mercado. **Modelo 2:** combinación de aplicación privada y pública de un cuerpo considerable de leyes en los tribunales penales y civiles; arreglos contractuales para formas alternativas de resolución de disputas; en última instancia, contradictorio, pero con un tribunal de reclamos menores que garantiza un acceso más fácil a la justicia para las personas privadas; la posibilidad real de acción judicial mejora la posición negociadora del consumidor.

**Modelo 3:** no intervencionista, dependiente de la acción privada, principalmente por individuos, donde la protección del consumidor es débil debido al marco de la ley y las instituciones; los procedimientos de resolución de disputas no son exhaustivos; los consumidores en su mayoría se dejan resolver los problemas ellos mismos (página 34).

Respecto de lo anteriormente citado, se puede decir, que el modelo de protección al consumidor en Colombia, se encuentra enmarcado al Modelo 1, en el sentido en el que el Estado actúa directamente en la relación de consumo, a razón de la preocupación que deriva de la desequilibrada relación entre consumidores y proveedores de los productos y servicios, interviniendo a través de una extensa regulación en el tema, con unos procedimientos para la resolución de conflictos establecidos a cargo del mismo, admitiendo de manera poco afortunada como se describe en el modelo, un alto costo de inversión para el Estado.

#### **1.4. Organismos estatales, encargados de la protección de los derechos del consumidor en Colombia.**

En Colombia la entidad responsable de la aplicación y coordinación de las políticas de protección al consumidor, es la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), siendo esta la encargada de la inspección, control y vigilancia de los proveedores de servicios en telefonía móvil y, en términos generales, la entidad encargada de velar por la protección de los derechos de los consumidores<sup>8</sup>.

En el mismo sentido y acorde con el numeral 1 del artículo 58 de la Ley 1480 de 2011, los jueces competentes conocerán la prevención de los conflictos y deberán velar por la protección de los derechos de los consumidores.

El artículo 75 de la Ley 1480 de 2011 consagra la creación de la Red Nacional de Protección al consumidor, siendo un gran avance en las instituciones de protección, con el objetivo de articular a todas las entidades públicas y privadas que tiene a su cargo y que ejercen funciones de protección al consumidor en todo el territorio nacional. Al respecto, el Superintendente de Industria y Comercio, Pablo Felipe Robledo, 2012 (como se citó en Bonilla 2014) anota:

Este importante instrumento no podía esperar un día más. Constituye un clamor nacional, por el cual se creó la mejor herramienta de descentralización y participación ciudadana para la defensa efectiva de los derechos del consumidor de que alguien hubiese podido tener noticia en Colombia. Estamos muy orgullosos y expectantes de esta nueva realidad (Estatuto del Consumidor va de la mano con las regiones. Párrafo 2).

De otro modo y de acuerdo con lo estipulado en el artículo 76 de la ley 1480 de 2011, ser el Ministerio de tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC) quien deberá facilitar y propiciar espacios para el debate y esforzarse por garantizar la discusión sobre las políticas sectoriales que estén guiadas a la protección de los derechos del consumidor.

De igual forma, la Comisión de Regulación de comunicaciones (CRC), que según lo dispuesto en el artículo 19 de la ley 1341 de 2009, es el órgano encargado de promover la competencia, evitar los abusos de la posición dominante y regular los mercados de las redes y servicios de comunicaciones, con el fin de lograr

---

<sup>8</sup>La Superintendencia es responsable de vigilar la observancia de las disposiciones contenidas en el estatuto del consumidor, Ley 1480 de 2011, en tal virtud tramita las denuncias que se presentan e inicia investigaciones de oficio tendientes a establecer su contravención. En este campo tiene facultades administrativas para ordenar la suspensión de conductas ilegales, sancionatorias para reprimir a los infractores y jurisdiccionales para resolver sobre la garantía mínima presunta. (...)” recuperado de: <http://www.sic.gov.co/funciones>

que la prestación de los servicios sean económicamente eficientes y refleje altos niveles de calidad. En ese mismo sentido, la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) es la encargada de fijar las normas para que todos los usuarios de telefonía móvil e Internet tengan información sobre los servicios que les prestan y sus derechos y obligaciones como consumidores y puedan solicitar que sus quejas sean solucionadas.

### **1.5. Marco jurisprudencial de protección de los derechos del consumidor en Colombia.**

Antes de abarcar el desarrollo jurisprudencial existente en materia de protección a los Derechos del Consumidor en Colombia, es prudente traer a colación lo manifestado con anterioridad respecto a la normatividad en materia de protección a consumidores resaltando el deber de las altas cortes de velar por su eficaz cumplimiento y en este sentido mantener el equilibrio en la relación expendedor – consumidor. De esta manera y teniendo en cuenta las garantías y derechos que cobijan a los consumidores se aborda el estudio de los avances jurisprudenciales en cada una de las altas cortes.

En este entendido es preciso resaltar que la jurisprudencia de las altas Cortes ha abarcado el análisis de los diferentes inconvenientes y barreras que se presentan a los usuarios de telefonía móvil dentro del territorio colombiano, dejando ver en la mayoría de casos su postura proteccionista hacia los usuario y/o consumidores, teniendo en cuenta que dentro de la relación expendedor – consumidor son estos últimos la parte más débil de dicha relación, en este entendido nos permitiremos referenciar algunas de las posturas de la Corte respecto a los principales problemas y barreras de los usuarios de telefonía móvil.

De esta manera se resalta lo expresado por la corte respecto a la diferencia existente entre los servicios de Telefonía Móvil y Telefonía Fija frente a lo cual manifiesta.

Los servicios de telefonía fija y móvil, a pesar de ser parcialmente sustituibles entre sí, son servicios de telecomunicaciones diferentes, por las siguientes razones: (i) por sus características intrínsecas, en cuanto ellas determinan la clase de necesidad que satisfacen, que no es exactamente igual en ambos tipos de servicio; (ii) por sus costos para el usuario, que, como regla general, continúan siendo más onerosos en el caso de la telefonía móvil; y, (iii) por el diferente régimen jurídico al que se encuentran sujetos. (Corte Constitucional, C-426-05).

En este sentido se debe entender que el costo de los servicios varía considerablemente teniendo en cuenta que el servicio de telefonía móvil implica un mayor costo respecto al servicio de telefonía fijo, razón por la cual se prefiere el servicio fijo al móvil en la mayoría de usuarios.

En el mismo sentido cabe resaltar que el análisis realizado por el Consejo de Estado respecto a si los servicios de telecomunicaciones son domiciliarios, en cuanto al tema de telefonía móvil se ha establecido, basándose en lo regulado en la circular externa N°12 de 2001 expedida por la superintendencia de Industria y Comercio los servicios de telefonía móvil no son servicios domiciliarios, frente al tema de protección del consumidor la corte precisa.

Si bien la telefonía móvil celular se rige por la Ley 37 de 1993 y sus decretos reglamentarios, al expedir la Circular N°12 de 2001 no por ello la Superintendencia de Industria y Comercio está desconociendo el carácter de servicio no domiciliario que ostenta la telefonía móvil celular sino que, todo lo contrario, en defensa del consumidor de estos servicios, deben expedirse regulaciones que atiendan a la misma. Resulta claro para la Sala que la atribución atinente a la

protección de usuarios comprende la regulación del régimen respectivo, la de impartir instrucciones sobre la aplicación de dicho régimen y la de inspección y vigilancia en la prestación de los servicios, en este caso, no domiciliarios de comunicaciones. (Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera, Radicación número: 11001-03-24-000-2002-0176-01(7971).

De la misma manera se aborda por esta corporación el análisis de los derechos de los consumidores y el tipo de información que debe suministrarse a los usuarios de telefonía móvil, es decir esta debe ser clara, veraz y suficiente. Al realizar el análisis de estos temas la corte ha establecido.

Cuando se utiliza más de una clase de medio para difundir una publicidad, no se cumple el deber de suministrar información veraz y suficiente, cuando la totalidad de la información no se suministra íntegra en cada uno de los diferentes medios utilizados para su difusión. Además se debe tener en cuenta dos elementos adicionales: la manifestación expresa de quienes fueron receptores de la información y la generalidad de la percepción entre estos receptores. (Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera, Radicación número: 25000-23-24-000-2000-00316-01(8500).

Respecto a la calidad del servicio se ha precisado por parte del consejo de estado que el operador de telefonía móvil celular está obligado a responder por los parámetros de calidad del servicio establecidos en el contrato de concesión, y a ellas se extenderá la garantía mínima presunta. Que en síntesis, es hacer efectiva la garantía es obligar al productor a entregar un bien o a prestar un servicio que llene las condiciones de idoneidad y calidad registradas ante el Estado o contenidas en las normas técnicas oficializadas, proporcionar la asistencia técnica y reparar el bien, y reemplazarlo si se repitiere la falla, podrá la Superintendencia de Industria y Comercio ordenar modificaciones en los contratos entre operadores y comercializadores de redes y servicios de telecomunicaciones o entre éstos y sus usuarios, cuando sus estipulaciones sean contrarias al régimen de telecomunicaciones o afecten los derechos de estos últimos. A su vez, el Consejo de Estado indicó que los operadores disponen de un término de 15 días hábiles, a partir de su recepción, para el trámite de las quejas presentadas por los afiliados al servicio. En caso de incumplimiento, el afectado podrá reclamar ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

#### **1.6. Breve análisis de derecho comparado sobre la legislación del derecho del consumidor.**

A lo largo de la historia del derecho surge dentro de la concepción civil la necesidad de regular los contratos de tipo mercantil que implicarán la adquisición de un servicio sin la necesidad de ejecutar acciones de índole laboral por parte del contratante, bajo esta perspectiva nace en la Convención de Roma de 1980 la línea de pensamiento de protección del adquirente de un bien, tal y como lo expresa su artículo 5º:

El presente artículo se aplicará a los contratos que tengan por objeto el suministro de bienes muebles corporales o de servicios a una persona, el consumidor, para un uso que pueda ser considerado como ajeno a su actividad profesional, así como a los contratos destinados a la financiación de tales suministros. (Convenio de Roma, 1980, p. 3)

Constituyendo así la primera definición de consumidor dentro del marco de la unión europea, una definición que se encauzaría desde la satisfacción de necesidades personales y familiares, bajo esta lógica nace el derecho de los consumidores, un derecho que abarcaría posteriormente en numerosas directivas

del mencionado sistema la regulación de: contratos informales, cláusulas abusivas, precios, garantías e incluso comercio electrónico.

En el año de 1992 a través del Tratado de Maastricht se establece por primera vez la protección del consumidor, pues su artículo 129 A determina como fundamental la defensa de los intereses de los consumidores, con base en la necesidad de propender bienestar para estos, aunque fue modificado por el artículo 153 del Tratado de Ámsterdam de 1997, su esencia de protección y defensa de derechos continuó bajo la agilización del proceso de decisión, que promueve de manera eficaz los intereses de los consumidores y su protección.

Con fundamento en los tratados mencionados la Comunidad puede promover desde la fecha hasta la actualidad los intereses de los consumidores a través de dos tipos de medidas, previstas en el apartado 3 del artículo 153 del Tratado: primero unas “medidas que adopte en virtud del artículo 95 en el marco de la realización del mercado interior”, referentes a la presentación de una propuesta por parte de la Comisión al parlamento y por otra parte unas “medidas que apoyen, complementen y supervisen la política llevada a cabo por los Estados miembros”, lo que evidencia un constante interés de protección hacia los consumidores y una limitación de poder frente a las empresas prestadoras de servicios dentro de los Estados.

Sin embargo, el naciente derecho no fluye de manera continua, pues si bien nace bajo el cauce de la satisfacción de necesidades desemboca finalmente en la prestación de un servicio, servicio que va unido se quiera o no al continuo desarrollo de la tecnología, ya que son los medios de comunicación los principales promotores de ofertas y prestación de servicios, de tal manera que autores como Jorge Moraís Carvalho establecen contundentemente que: “El funcionamiento del mercado fue siempre, y continúa siendo de cierta forma, la fuente generadora de los principales avances y retrocesos en la legislación comunitaria.”(Moraís, Carvalho, 2006, p.246)

Así se puede explicar cómo una norma de protección de los consumidores adoptada en un país no existe necesariamente en otro, constituyendo un obstáculo para el desarrollo del mercado común. Este desnivel entre las legislaciones nacionales se evidencia aún más en decisiones del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJCE), quién sustenta la ejecución de las mismas medidas que están dentro del ámbito de las directivas del consejo de comunidades europeas o incluso unas más estrictas que sean compatibles a lo estipulado para dar cumplimiento por parte de los países involucrados a la protección de derechos de los consumidores, tal es el caso de lo establecido por la directiva 93/13 del 5 de abril de 1993 sobre cláusulas abusivas; pero existen también directivas dirigidas a cumplir con la aplicación de normas a personas jurídicas, tal es el caso de la directiva 84/450 relativa a la publicidad engañosa, que en su artículo 1 admite su aplicación a las personas jurídicas:

La presente directiva tendrá por objeto proteger a los consumidores y a las personas que ejercen una actividad comercial, industrial, artesanal o liberal, así como los intereses del público en general contra la publicidad engañosa y sus consecuencias desleales. Debe anotarse que en materia de publicidad engañosa el margen de cobertura de la norma es mucho más amplio y no se restringe a los consumidores. (Consejo de la Comunidad Europea, 1984, p. 1)

Y que termina por proteger los derechos no solo de las personas naturales sino de las jurídicas porque las reconoce como sujetos vulnerables dentro una relación contractual o mercantil frente a una empresa prestadora de un servicio, que promete y ofrece por medio de sí determinada prestación o bien y termina entregando servicios y bienes de baja calidad.

Como se observa la protección no solo se hace a nivel internacional, pues como ya mencionó cada legislación nacional contiene dentro de sí normas en mayor o menor medida coercitivas y determinantes dentro de la protección de los derechos de los consumidores, un ejemplo de lo mencionado lo constituye Francia, quién en su código de consumo realiza una especial regulación frente a las cláusulas abusivas y a la posición del consumidor frente a los oferentes, que termina estableciéndose como el sujeto que adquiere determinados bienes o servicios dentro de un contrato con la finalidad de satisfacer sus necesidades, dando un giro a la conceptualización de consumidor final involucrando en este la preparación o el conocimiento como cualidad influyente a la hora de recibir información y adquirir un servicio.

Continuando con el ámbito nacional se puede observar que mientras la legislación francesa debate en su derecho interno acerca del concepto y finalidad de consumidor para su protección (Villalba Cuellar, 2009) el derecho español lo eleva a un derecho de carácter fundamental, bajo la ley general de la defensa de consumidores y usuarios, haciendo un énfasis en la naturaleza del acto de suplir una necesidad o adquirir un bien, como fundamento de defensa de los derechos de los consumidores independientemente de su condición intelectual o profesional.

Concluyendo así que, aunque exista legislación internacional para la regulación del derecho de consumo esta se verá frenada por la legislación nacional al fungir como primera instancia a la hora de solventar y solucionar problemáticas referentes al derecho de protección del consumidor, ya que la legislación será o no lo suficientemente efectiva para proteger al consumidor o usuario y reparar los derechos vulnerados haciendo efectivas sus garantías.

En el ámbito Latinoamericano el desarrollo de la normatividad ha sido más pausado pues el desarrollo y la implementación de industria, empresa, globalización e incluso las tecnologías de la información se ha desarrollado en menor escala, modelos como el de Argentina con la ley 26361 de 2008 van más allá de la definición para solventar la problemática del acceso de información y las garantías de la misma, o incluso la reclamación efectiva del derecho vulnerado por una carente o defectuosa prestación del servicio.

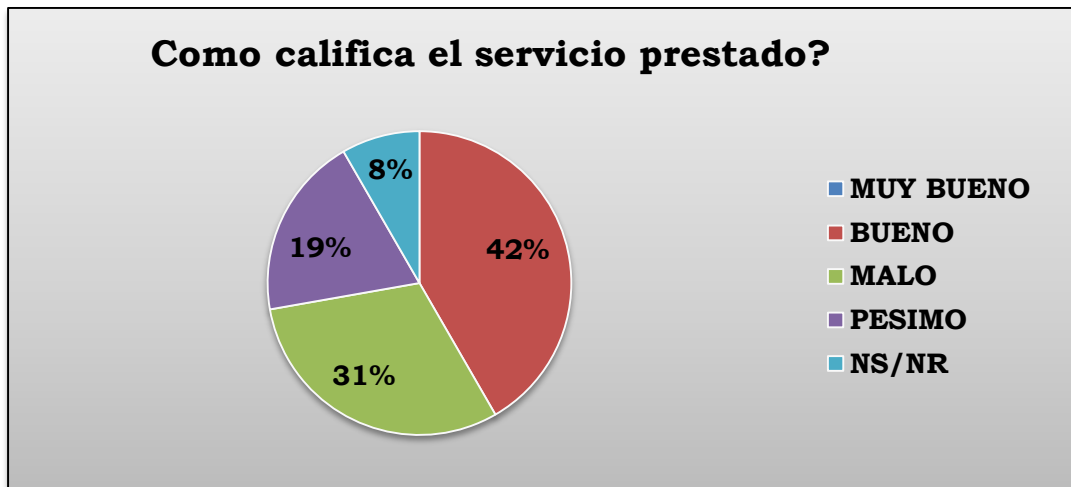
## **2. DESARROLLO DE LA INVESTIGACION.**

La presente investigación se desarrolla con la finalidad de Identificar la problemática existente sobre la falla del servicio, determinando como se genera la afectación de los derechos del consumidor por parte de la Empresa de Telecomunicaciones Comunicación Celular S.A. Comcel S.A. (Claro), en la ciudad de Pasto para el año 2017, a partir del estudio y la caracterización de casos.

### **2.1. Resultados.**

Teniendo en cuenta el estudio y la caracterización de casos realizada en el desarrollo de la investigación, se esquematiza la información obtenida y se hace el análisis correspondiente del trabajo realizado, teniendo en cuenta el nivel educativo y el estrato de los usuarios a quienes se enfrentan a diversas vulneraciones en sus derechos.

Imagen N° 1<sup>9</sup>



Con el trabajo de campo realizado se puede inferir tal como se refleja en el esquema, que el estrato con mayor participación en la encuesta es el estrato 1 el cual se encuentra dividido casi de manera equitativa respecto a la calidad del servicio de dicha empresa, puesto que un 42% de la población lo califica como bueno, mientras que un 50% cree que la calidad ofrecida no es aceptable, por lo cual la mitad de la población se ha visto afectada negativamente por el servicio. Respecto al nivel de educación frente a la calidad del servicio se logró establecer que a menor nivel educativo hay mayor inconformidad con la calidad del servicio, con esto podemos inferir que es la población más propensa a sufrir algún tipo de inconveniente.

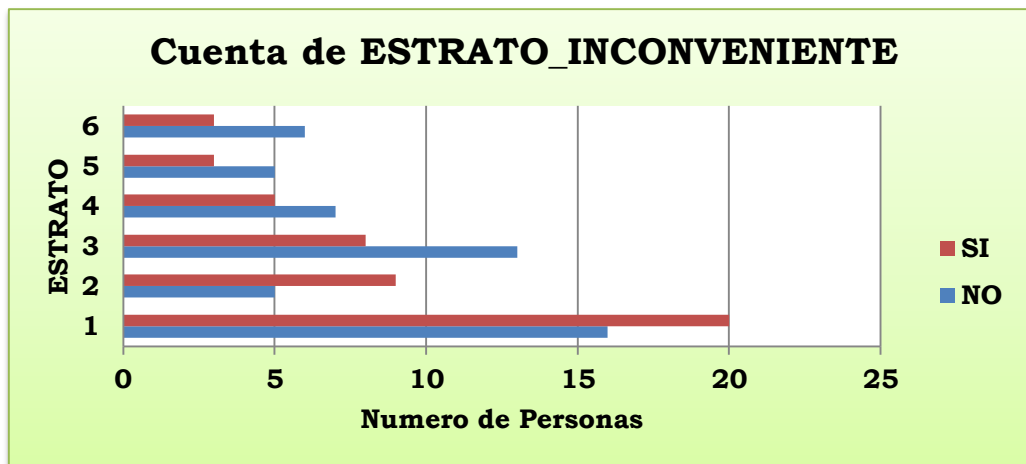


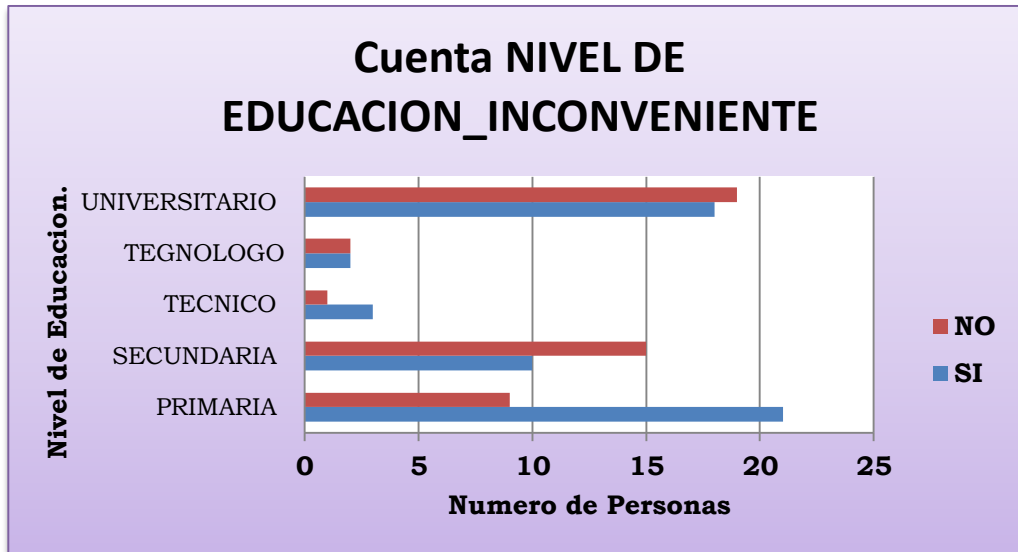
Imagen N° 2<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Aplicación encuesta al público consumidor de servicios de telefonía móvil, usuarios de la empresa Claro en la ciudad de Pasto. Creación propia.

<sup>10</sup> Aplicación encuesta al público consumidor de servicios de telefonía móvil, usuarios de la empresa Claro en la ciudad de Pasto. Creación propia.



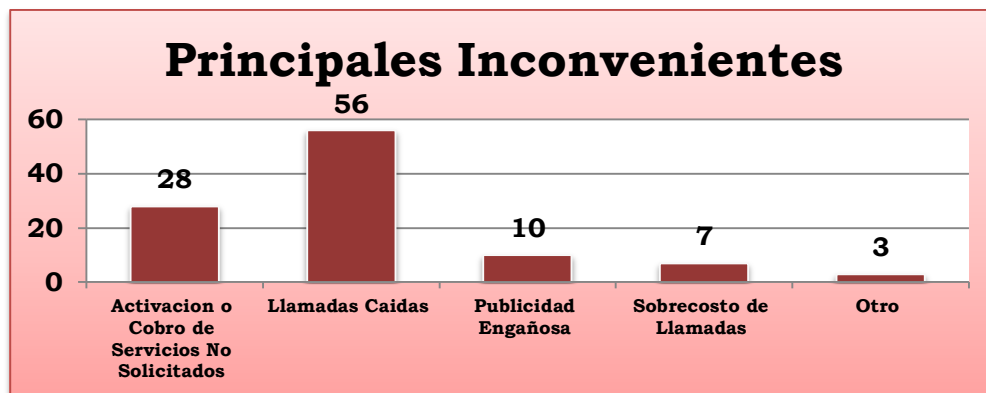
Imagen N° 3<sup>11</sup>.



Respecto a los inconvenientes relacionados con la prestación del servicio se logra establecer teniendo en cuenta la información de las gráficas respecto al estrato que las personas con mayores inconvenientes con el servicio son las de estrato 1 y 2, mientras que las personas menos afectadas son de los estratos 3, 4 y 6. Respecto al nivel educativo se puede apreciar que teniendo en cuenta este aspecto todos los usuarios sin importar su nivel educativo han sufrido inconvenientes con la prestación del servicio.

Frente a este tema se logro extraer como principales inconvenientes presentados son la activacion y cobro de servicios no solicitados, llamadas caidas, publicidad engañosa, y el sobrecosto de llamadas.

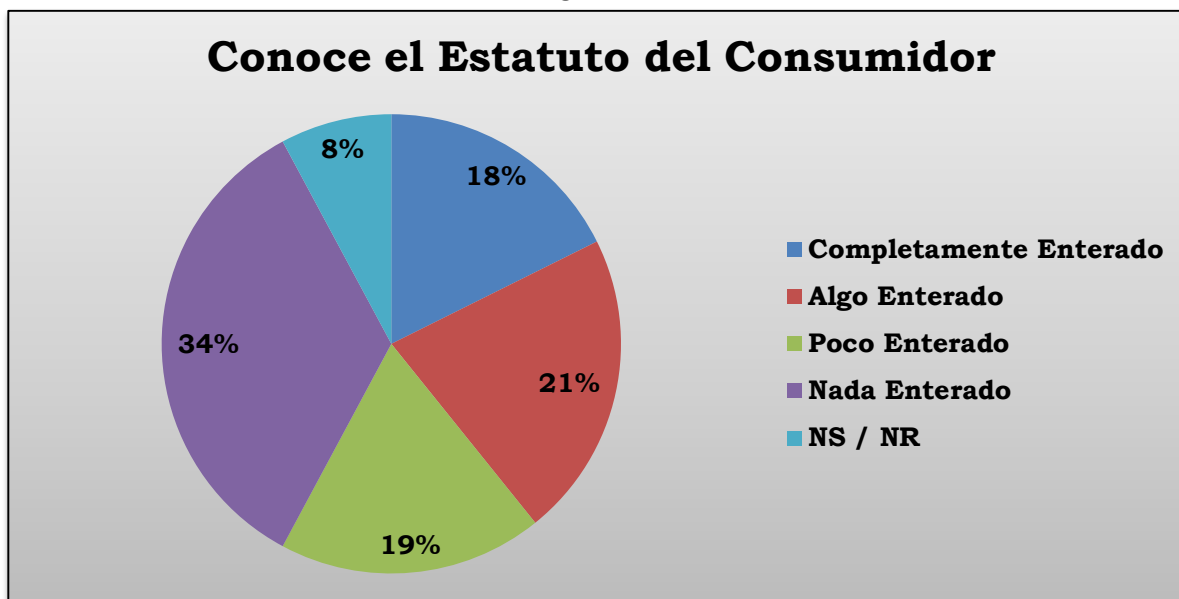
Imagen N° 4<sup>12</sup>.



<sup>11</sup> Aplicación encuesta al público consumidor de servicios de telefonía móvil, usuarios de la empresa Claro en la ciudad de Pasto. Creación propia.

<sup>12</sup> Aplicación encuesta al público consumidor de servicios de telefonía móvil, usuarios de la empresa Claro en la ciudad de Pasto. Creación propia.

Imagen N° 5<sup>13</sup>.



Respecto al nivel de conocimiento del Estatuto del Consumidor y a las acciones legales iniciadas en contra de la empresa de telefonía Claro con la información obtenida se logra resaltar que el nivel educativo y el estrato social influyen en gran medida respecto al conocimiento de estos temas en este sentido cabe resaltar que los estratos más bajos presentan mayor desconocimiento del estatuto del consumidor, como de las acciones legales que pueden iniciar, mientras que los estratos más altos tienen un mayor conocimiento respecto a la existencia de dicho estatuto y las correspondientes acciones legales y por ende son más propensas a enfrentarse a algún tipo de inconveniente. Además a mayor nivel educativo se presenta un mayor conocimiento del estatuto del consumidor por lo cual poseen mayor conocimiento de las acciones legales que pueden iniciar frente a un escenario en donde sus derechos sean vulnerados, mientras que a menor nivel educativo se presenta un mayor desconocimiento de dicho estatuto.

#### CONCLUSIONES.

- Podemos establecer que respecto a la protección de derechos del consumidor existe una amplia regulación la cual busca brindar protección a la parte débil de la relación contractual, teniendo en cuenta aspectos como la cultura, educación y nivel de vida de las personas que acceden algún servicio relacionado con telefonía móvil, quienes en la mayoría de casos se enfrentan a empresas que cumplen con lo establecido en la norma pero dado su nivel de desventaja no cuentan con los medios idóneos para iniciar las acciones legales frente a un hecho de vulneración de sus derechos, en este sentido la Corte Constitucional y el Consejo de Estado han resaltado la importancia de que la información recibida por parte de los consumidores sea clara, veraz y suficiente en razón de que esto garantiza el cumplimiento de sus derechos.
- Debemos reflexionar sobre el papel del mercado frente a la empresa de telecomunicaciones claro, la cual no está cumpliendo con el objetivo mismo de este y por el contrario se presenta un alto grado de insatisfacción por el servicio. Debido a que a pesar de que se han presentado

<sup>13</sup> Aplicación encuesta al público consumidor de servicios de telefonía móvil, usuarios de la empresa Claro en la ciudad de Pasto. Creación propia.

inconvenientes con el servicio las personas tienden a calificarlo como bueno, a nuestro criterio la gente ya está acostumbrada a un servicio deficiente.

- Existen las normas que protegen los derechos del consumidor, pero la mayoría de la población decide hacerlas a un lado ya sea por desinterés o por ignorancia del tema. Por otra parte es alarmante el alto grado de desconocimiento de los derechos del consumidor, ya que estamos frente a una sociedad donde “la ignorancia de la ley no es excusa para el derecho” y por ende seamos fácilmente vulnerables de abusos.
- Los avances frente a los derechos del consumidor en el derecho internacional irán siempre de la mano de los avances existentes en la legislación nacional, pues las condiciones para que se desarrolle la propicia protección de derechos dependerán de igual manera del nivel de desarrollo existente, por las políticas adoptadas y la tecnología naciente. De igual forma los diferentes estatutos de protección del consumidor hacen especial énfasis en la condición de consumidor y la finalidad del mismo.

## REFERENCIAS.

Arnal, J. (1992). Investigación educativa. Fundamentos y metodología. Barcelona, España: Labor.

Bonilla, J.F. (2014). La obligación de información en el mercado de telefonía móvil en Colombia, entre 2011 y 2014 (trabajo de grado para optar por el título de magister en derecho económico). Pontificia Universidad Javeriana, facultad de ciencias jurídicas Bogotá D.C., Colombia. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/16744/BonillaMorenoJulianFelipe2014.pdf?sequence=1>.

Colombia. (2009, 7, julio) ley 1341 por medio de la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=36913>.

Colombia. (1997, 5, Septiembre). Por medio de la cual se regula en forma integral los servicios de Telefonía Pública Básica Conmutada (TPBC) en Colombia. [Resolución No. 087 de 1997].

Colombia. (2011, 12, Octubre). Ley 1480 de 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor.

Colombia. Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera. (2003, 27, Febrero). Radicación número: 11001-03-24-000-2002-0176-01(7971). MP. Dra. OLGA INÉS NAVARRETE BARRERO. Bogotá.

Colombia. Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera. (2003, 24, Julio). Radicación número: 25000-23-24-000-2000-00316-01(8500).MP. Dr. MANUEL SANTIAGO URUETA AYOLA. Bogotá.

Colombia. Corte Constitucional. (2015, 26, Abril). Sentencia C-426-05. MP. Dr. MARCO GERARDO MONROY CABRA. Bogotá.

Comisión de regulación en Comunicaciones, Resolución 3066 de 2011.

Comisión de regulación en Telecomunicaciones, Resolución 1732 de 2007.

Comunidad Andina de Naciones, Decisión 638 del 19 de julio de 2006.

Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera. (8 de mayo de 2003) Sentencia Rad. 25000-23-24-000-2001-0849-01 (Exp. 8149). [MP Manuel Santiago Urueta Ayola].

Corte Constitucional. (30 agosto de 2000). Sentencia C-1141 de 2000. [MP Eduardo Cifuentes]

Estudio UKDTI en el Reino Unido. (2003). Comparative Report On Consumer Policy Regimes. Recuperado de <http://www.berr.gov.uk/files/file34673.pdf>

Hernández, S., Fernández C., & Baptista M. (2014). Metodología de la Investigación. 5ª ed. México D. F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.

Montezuma, J. (2015). “Los precios excesivos en el derecho de la competencia colombiana”. Revista Científica CODEX. Vol. 1 No. 1. [p. 159].

Revista Dinero (15 de enero de 2018). Por cada colombiano hay 1,2 líneas de telefonía móvil. Recuperado de <https://www.dinero.com/pais/articulo/boletin-trimestral-de-las-tic-a-septiembre-de-2017/254148>.

Soto Pineda, J. (2014). Díkaion. La protección al consumidor como finalidad primordial de la defensa de la competencia: la experiencia de estados unidos, la unión europea y Colombia. 1 – 6. Recuperado de <http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/4061/3901>.

Superintendencia de Industria y Comercio. (7 de agosto 2017). Informe Peticiones, Quejas y Recursos 2017.

Superintendencia de Industria y Comercio. (30 de agosto de 2012). Concepto No 12-128862.

Thorne L. (2012). Derecho & Sociedad 34 – Asociación Civil. Las Relaciones de Consumo y los Principios Esenciales en Protección y Defensa del Consumidor, Reflexiones en torno al Proyecto de Código de Consumo, 62 – 64.

Vial del Rio, V. (2003). Teoría General del Acto Jurídico. Quinta Edición. Santiago de Chile: Editorial Jurídica de Chile.

Convenio de Roma. (19 de junio de 1980). Contratos celebrados por los consumidores.

Tratado de la Unión Europea. (07 de febrero de 1992). Título XI. Protección de los consumidores.

Directiva 84/450. Consejo de la Comunidad Europea. (10 de septiembre de 1984). Consideraciones de la directiva. Artículo 1.

Moráis Carvalho. (2006). La protección de los consumidores en la unión europea: ¿mito o realidad?