

La pertinencia de aplicar la categoría del consumidor ‘hipervulnerable’ en litigios para proteger el derecho al consumo como derecho colectivo en Colombia: un análisis desde la experiencia de la clínica jurídica “Grupo de acciones públicas”

ANGIE CLARISA LOPÉZ LOBO¹

ANA MARÍA NAVARRO TOCARRUNCHO²

MARÍA JIMENA AFANADOR SÁNCHEZ³

JUAN DAVID SOTO GARCÍA⁴

RESUMEN

En los últimos años, ha surgido la categoría del consumidor ‘hipervulnerable’, como una materialización del principio protector del derecho al consumo tanto a nivel individual como colectivo. Aunque su implementación ha sido común en otras latitudes

* DOI: <https://doi.org/10.18601/01236458.n65.06>

1 Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario, estudiante de la Facultad de Jurisprudencia y miembro del Grupo de Acciones Pùblicas (GAP). ORCID <https://orcid.org/0009-0002-8631-2226> Correo-e: angiec.lopez@urosario.edu.co

2 Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario, estudiante de la Facultad de Jurisprudencia y miembro del Grupo de Acciones Pùblicas (GAP). ORCID <https://orcid.org/0009-0005-0175-1396> Correo-e: anama.navarro@urosario.edu.co

3 Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario, estudiante de la Facultad de Jurisprudencia y miembro del Grupo de Acciones Pùblicas (GAP). ORCID <https://orcid.org/0009-0001-9906-7330> Correo-e: mariaj.afanador@urosario.edu.co

4 Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario, estudiante de la Facultad de Jurisprudencia y miembro del Grupo de Acciones Pùblicas (GAP). ORCID <https://orcid.org/0009-0000-9913-3118> Correo-e: juanda.soto@urosario.edu.co

latinoamericanas, en Colombia es un concepto novedoso, introducido por primera vez en 2023 por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). La definición de consumidor hipervulnerable se basa en consideraciones económicas, sociales y físicas, buscando equidad en el mercado. A raíz de su introducción, se identifican tres tipos de vulnerabilidad: técnica, jurídica e informativa. Por lo que, como respuesta a dicha caracterización, este artículo analiza casos de litigio estratégico adelantados por la clínica jurídica Grupo de Acciones Públicas (GAP), evaluando la pertinencia de incorporar la categoría al sistema normativo colombiano. A su vez, se examina la Resolución n.º 47950 de 2023 como un hito normativo y se amplía el análisis al derecho comparado, explorando su desarrollo en países como Chile, Brasil, Argentina y España. Como resultado, se destaca la necesidad de una mayor protección en sectores como Tecnología, Telecomunicaciones, Finanzas y Salud. En Colombia, la protección al consumidor se enfoca en grupos específicos, pero carece de una definición explícita y normativamente integrada de consumidor hipervulnerable.

Palabras clave: Consumidor hipervulnerable, Derecho al consumo, Protección al consumidor, vulnerabilidad estructural.

Fecha de recepción: 23 de agosto de 2025.

Fecha de aceptación: 6 de octubre de 2025

THE RELEVANCE OF APPLYING THE CATEGORY OF THE "HYPER-VULNERABLE CONSUMER" IN LITIGATION TO PROTECT CONSUMER RIGHTS AS COLLECTIVE RIGHTS IN COLOMBIA: AN ANALYSIS FROM THE EXPERIENCE OF THE LEGAL CLINIC "GRUPO DE ACCIONES PÚBLICAS"

ABSTRACT

In recent years, the category of the "vulnerable consumer" has emerged as an expression of the protective principle of consumer rights at both the individual and collective levels. Although its implementation has been common in other Latin American countries, in Colombia it is a new concept, introduced for the first time in 2023 by the Superintendence of Industry and Commerce (SIC). The definition of a vulnerable consumer is based on economic, social, and physical factors, aiming to ensure fairness in the marketplace. Following its introduction, three types of vulnerability have been identified: technical, legal, and informational. This article analyzes cases of strategic litigation conducted by the legal clinic Grupo de Acciones Públicas (GAP), assessing the relevance of incorporating this category into Colombia's regulatory framework. Additionally, Resolution 47950 of 2023 is examined as a key regulatory development, with a comparative analysis extending to jurisdictions such as Chile, Brazil, Argentina, and Spain. The study underscores the need for stronger consumer protections in sectors like Technology, Telecommunications, Finance, and Healthcare. In Colombia,

consumer protection efforts focus on specific groups but lack an explicit and integrated regulatory definition of vulnerable consumers.

Keywords: Vulnerable Consumer, Right to Consumption, Consumer Protection, Structural Vulnerability.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, se ha venido gestando una categoría que acentúa el principio protector del derecho al consumo⁵ en su dimensión tanto individual como colectiva: el consumidor *hipervulnerable*. Aunque para las autoridades extranjeras de distintos países alrededor de Latinoamérica no es reciente la implementación del concepto, su uso en Colombia es novedoso, siendo aplicado por primera vez en el año 2023 por la autoridad de protección al consumidor (SIC, s.f.), La Superintendencia de Industria y Comercio (en adelante SIC). Es por tal razón que, en el complejo entramado de las discusiones suscitadas a raíz de la puesta en práctica del término como criterio para emitir decisiones sancionatorias, surge la necesidad de evaluar la pertinencia de integrar la categoría al sistema normativo colombiano, pues su ausencia ha llevado a deficiencias en la protección integral del consumidor (Tarazona Rodríguez, 2024). Se hace entonces necesario interiorizar y aplicar este concepto para fortalecer las garantías y derechos de los consumidores en el país.

El análisis integrado en el presente artículo tiene como objetivo enfocarse específicamente en evaluar casos relacionados con el derecho al consumo como derecho colectivo, explorando la distinción entre la protección colectiva y la individual, con su abordaje en ámbitos clave. En este contexto, se parte de la premisa de que, pese a los avances normativos en materia de protección al consumidor, la falta de una definición expresa del consumidor hipervulnerable en el ordenamiento jurídico colombiano ha generado vacíos de protección frente a escenarios de desigualdad estructural. A partir de esta situación, se propone reflexionar sobre cómo la incorporación formal de dicha categoría podría fortalecer el derecho al consumo en su dimensión colectiva y garantizar una protección más efectiva en contextos de especial vulnerabilidad.

En ese sentido, se examinará la Resolución n.º 47950 de 2023 de la SIC como un hito normativo dentro del desarrollo de la protección al consumidor en Colombia, junto con otras disposiciones y pronunciamientos nacionales que han marcado la evolución de esta categoría en el país (SIC, 2023). De igual manera, se analizará el marco internacional latinoamericano e hispano desde la óptica del derecho comparado, abordando el desarrollo de este concepto en países como Chile, Brasil, Argentina y España, y cómo han desarrollado esta figura a través de criterios endógenos, circunstanciales y situacionales.

5 La Superintendencia de Industria y Comercio (s.f.) define la protección al consumidor como "el conjunto de normas que regulan las relaciones de consumo que nacen en la cadena de comercialización de bienes y servicios entre productores, proveedores y expendedores".

Este enfoque permitirá evaluar su posible aplicación en el sistema jurídico colombiano, considerando la mejor estrategia para su integración desde la realidad latinoamericana e hispana y focalizándose, específicamente, en la necesidad de una mayor protección en sectores como Tecnología, Telecomunicaciones, Financiero y Salud.

En el marco de este análisis, el estudio se desarrolla desde la experiencia del Grupo de Acciones Públicas (GAP), una clínica jurídica con 25 años de trayectoria dedicada a la defensa de los derechos humanos, el litigio estratégico y la protección del interés público en Colombia. A partir de lo expuesto, se presentará un análisis detallado de casos específicos llevados por la Clínica Jurídica GAP, demostrando cómo, en la práctica legal y en el litigio de casos, emerge la necesidad de contar con un marco legal sólido que respalde dicha categoría.

1. ABORDAJE DEL CONCEPTO DE CONSUMIDOR HIPERVULNERABLE EN COLOMBIA

Las interacciones del mercado y la evolución cultural han elevado al consumo como un componente esencial de desarrollo en las sociedades contemporáneas; este se ha posicionado como la piedra angular para la interacción de las personas con su entorno. Es así como el consumidor ocupa un rol central, siendo el protagonista que demanda resguardo ante las disparidades presentes en las interacciones con productores y proveedores. Estos actores pueden encontrarse en situaciones de vulnerabilidad, si se entiende que esta es una asimetría de poder, ya que los consumidores son el destino de información y recursos de los proveedores, lo que los sitúa en una posición de desequilibrio informativo y de intereses, siendo estos el eslabón más débil de la cadena al momento de la toma de decisiones en el mercado. Las regulaciones de defensa al consumidor se fundamentan en la premisa de la vulnerabilidad, dando origen a su derecho al acceso a información adecuada y protección frente a riesgos, como un mecanismo para restablecer el equilibrio y salvaguardar a la parte más frágil en las relaciones legales entre los usuarios y los agentes económicos en el ámbito social y de mercado (Red de Consumo Seguro y Salud de la OEA, 2022).

En Colombia, el marco jurídico aún no contempla una definición explícita del concepto de *consumidor hipervulnerable* o incluso de *consumidor vulnerable* en sentido amplio. Sin embargo, existen normas que reconocen la necesidad de protección reforzada para ciertos grupos en condiciones de mayor desventaja. Por ejemplo, la Constitución Política, la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor) y el Decreto 975 de 2014 establecen medidas de protección especial para personas como niños, niñas, adolescentes y adultos mayores, quienes son considerados especialmente vulnerables dentro del ámbito del consumo (Colombia, 1991; Congreso de Colombia, 2011; Presidencia de la República de Colombia, 2014).

Esta protección se traduce, entre otros aspectos, en derechos reforzados en materia de información. El numeral 2 del artículo 1 y el artículo 3 del Estatuto del Consumidor consagra el derecho de todos los consumidores a recibir información completa, veraz,

transparente y comprensible sobre los productos y servicios ofrecidos, con el fin de equilibrar las asimetrías propias del mercado (Congreso de Colombia, 2011).

Asimismo, la Corte Constitucional ha desarrollado la categoría de *sujeto de especial protección constitucional*, la cual abarca a personas que, por su edad, discapacidad, condiciones sociales o económicas, enfrentan mayores barreras para el ejercicio de sus derechos. Si bien esta figura no se ha aplicado de manera sistemática al campo del consumo, sí ofrece criterios útiles para interpretar la noción de vulnerabilidad desde una perspectiva jurídica.

A partir de este enfoque, se han identificado tres elementos que permiten caracterizar la vulnerabilidad en contextos jurídicos: (i) pertenecer a un grupo de especial protección, (ii) estar en situación de riesgo y (iii) carecer de resiliencia para soportar situaciones de agencia específicas (Red de Consumo Seguro y Salud de la OEA, 2022). Por último, más allá de estos factores individuales, se reconoce también la existencia de una vulnerabilidad estructural, la cual no depende de las características personales del consumidor, sino de condiciones sociológicas inherentes a su posición débil en la relación de consumo.

El concepto de consumidor hipervulnerable emerge como una categoría especial dentro del derecho de consumo, aunque no está explícitamente nombrado como tal en la legislación colombiana. En el año 2023, en una de sus cartillas, la SIC define que "un consumidor hipervulnerable es aquel que, por sus características económicas, sociales y físicas, entre otras, tiene una condición de desventaja en el consumo de un bien o un servicio y, por lo tanto, hay unas consideraciones especiales para su protección desde el ordenamiento jurídico y las políticas públicas a nivel nacional" (SIC, 2023, pp. 15-16). Dicha distinción se basa en el principio de igualdad establecido en el artículo 13 de la Constitución, promoviendo un enfoque diferencial, que busca compensar estas desventajas, asegurando que estos consumidores reciban una protección especial que garantice su participación equitativa en el mercado (Colombia, 1991).

De acuerdo con Espinoza (2005), esta condición intrínseca se caracteriza por tres tipos fundamentales de vulnerabilidad que requieren especial consideración en el ámbito académico y normativo. En primer lugar, la *vulnerabilidad técnica* surge de la carencia de conocimientos del consumidor, exponiéndolo a posibles errores o engaños en la descripción y condiciones de los bienes o productos. Por otro lado, la *vulnerabilidad jurídica* se manifiesta cuando el consumidor desconoce sus derechos o enfrenta dificultades para ejercerlos, permitiendo que las empresas impongan términos y condiciones desfavorables sin que este use la agencia debida para defenderse. A su vez, se identifica la *vulnerabilidad informativa*, la cual se evidencia cuando el consumidor se ve privado de acceso a información clara y veraz sobre lo que busca adquirir, limitando su capacidad para tomar decisiones informadas.

En muchas de sus decisiones, la SIC reconoce la hipervulnerabilidad del consumidor como parte de la constitucionalización del derecho y en el desarrollo del principio de igualdad material, que exige la implementación de medidas afirmativas para asegurar condiciones justas ante situaciones de desigualdad material. Esto implica identificar

y combatir características o situaciones que amplifiquen significativamente las disparidades inherentes a las relaciones de consumo. Dado que hay diversos tipos de consumidores, algunos debido a su vulnerabilidad no solo requieren una interpretación más favorable de las normas, sino también la implementación de medidas específicas si se enfrentan dificultades permanentes o transitorias. Lo anterior, con el fin de asegurar la protección al consumidor, especialmente cuando se presenten circunstancias que incrementen de manera notable el desequilibrio típico en estas relaciones⁶.

De hecho, esta corporación subraya que la vulnerabilidad debe entenderse en un sentido amplio, no solo como condiciones permanentes o internas, sino también como factores transitorios, externos y sectoriales. Esto es esencial para garantizar que se cumpla la igualdad en el ordenamiento jurídico, asegurando el mismo trato y los mismos derechos para todos los individuos. Así, se pretende que las relaciones de consumo faciliten el libre y pleno ejercicio de los derechos de los consumidores⁷.

1.1. Protección colectiva y protección individual de los derechos de los consumidores en Colombia

En cuanto al derecho del consumo colectivo, en Colombia, los derechos de los consumidores se consideran inicialmente de esta naturaleza colectiva, al ser interpretados a partir de disposiciones constitucionales y legislativas, como la Constitución Política de 1991 y la Ley 472 de 1998 (Colombia, 1991; Congreso de Colombia, 1998). Sin embargo, la jurisprudencia de la Corte Constitucional y ciertas resoluciones de la SIC han otorgado al derecho del consumo un carácter multifacético que se ha caracterizado por una menor profundización que no ha sido paralela en su regulación y aplicación (Huertas Montero, 2017). De manera que se hace evidente la marcada diferencia en el desarrollo del derecho al consumo individual que a nivel colectivo. Esto se debe a la complejidad con la que se percibe garantizar intereses colectivos, ya que estos tienen un amplio margen de configuración; además, la cuantificación de los daños que pueden llegar a representar un reto significativo.

El desarrollo del derecho del consumidor como derecho colectivo se origina en la segunda mitad del siglo XX en Estados Unidos y Europa, como una reacción ante la desigualdad estructural entre consumidores y productores en el mercado (Hernández-Zambrano y López-Castro, 2020). Este enfoque implica volver a considerar los derechos más allá del nivel individual sino también en el ámbito colectivo, donde se piensa en los consumidores como parte de una sociedad con intereses comunes para promover condiciones de consumo equitativas y fortalecer la regulación y supervisión del mercado en beneficio del interés general. Además, se reconoce la importancia

6 Ampliación del desarrollo del concepto en: Resolución n.º 2972 de 2024 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Superintendencia de Industria y Comercio (2023b).

7 Ampliación del desarrollo del concepto en: Resolución n.º 62017 de 2023 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Superintendencia de Industria y Comercio (2023d).

de abordar las cuestiones relacionadas con el consumo desde una perspectiva que tome en cuenta el bien común y a grupos de consumidores en lugar de simplemente a individuos aislados, lo que permite combatir las desventajas históricas y estructurales. Por lo que se busca un impacto positivo en la sociedad en su conjunto, al establecer precedentes que pueden corregir conductas nocivas en el mercado.

La justificación de estos derechos se centra en la vulnerabilidad colectiva de los consumidores, quienes en muchas ocasiones se encuentran en una posición de inferioridad frente a las empresas, especialmente en transacciones masivas y complejas. Esto incluye garantizar que todos los consumidores, independientemente de sus condiciones particulares, estén amparados contra prácticas comerciales abusivas y cuenten con la información suficiente y clara para tomar decisiones en medio de las mismas. Es así como los derechos colectivos de los consumidores surgen para proteger a grupos de personas que comparten intereses comunes afectados por acciones u omisiones que impactan de manera generalizada. Su enfoque principal es la defensa contra prácticas injustas o que pongan en desventaja a los consumidores en el contexto del mercado. A su vez, buscan una equidad en las relaciones de consumo, permitiendo que los consumidores tengan herramientas efectivas para la defensa de sus intereses frente a posibles abusos (Hernández-Zambrano y López-Castro, 2020).

En Colombia, la Constitución de 1991 otorgó rango constitucional a estos derechos, incluyéndolos en el artículo 78 dentro del capítulo de derechos colectivos y del ambiente (Colombia, 1991). Esta categorización responde a la necesidad de proteger a los consumidores frente a problemas como la publicidad engañosa, las cláusulas abusivas y la falta de información clara sobre bienes y servicios. La regulación legal ha avanzado significativamente con la expedición de normativas como la Ley 1480 de 2011, conocida como el Estatuto del Consumidor, y la Ley 1328 de 2009, que establece el Régimen de Protección al Consumidor Financiero (Congreso de Colombia, 2009, 2011). Estas leyes buscan garantizar que los productos y servicios cumplan con estándares de calidad y seguridad, y que existan mecanismos efectivos para la resolución de disputas.

Pero, además de estas disposiciones normativas, la protección colectiva de los derechos del consumidor también debe incluir mecanismos de participación ciudadana, como las acciones constitucionales, que permitan defender a los consumidores de prácticas abusivas generalizadas. Así, aunque existen herramientas como la acción popular para la protección de derechos colectivos, aún se carece de un estatuto especializado y detallado que aborde de forma integral las necesidades de los consumidores como grupo. Esto genera ambigüedad en la protección y dificulta la interpretación y aplicación uniforme de las normas, especialmente en cuanto a la aplicación de la categoría de consumidor hipervulnerable. Si bien la acción popular se ha consolidado como el principal mecanismo para la protección de los derechos colectivos de los consumidores en Colombia, aún se enfrenta a desafíos en su aplicación efectiva. La ausencia de un estatuto especializado y detallado que aborde de manera integral las necesidades de los consumidores como grupo genera ambigüedad en la protección y dificulta la

interpretación uniforme de las normas. Además, la coexistencia de la acción popular con otros mecanismos, como las investigaciones administrativas sancionatorias y la acción de tutela, ha generado debates sobre la mejor manera de garantizar la defensa efectiva de los consumidores en distintos contextos.

En contraste, los derechos individuales de los consumidores en Colombia han sido desarrollados de forma más amplia y la normativa prevé mecanismos de protección comúnmente utilizados. La legislación colombiana ha establecido un marco jurídico que se centra en la transparencia, equidad y justicia en las relaciones de consumo, con el objetivo de proteger los derechos de cada consumidor. Un ejemplo claro de esta protección es la Ley 1480 de 2011, conocida como el Estatuto del Consumidor, y la Ley 1328 de 2009, que establece el Régimen de Protección al Consumidor Financiero (Congreso de Colombia, 2009, 2011). Estas disposiciones normativas buscan garantizar que los productos y servicios cumplan con los estándares de calidad y seguridad, y que existan mecanismos efectivos para la resolución de disputas. Según Chamie (2013), las medidas protectoras incluyen no solo la acción de protección al consumidor, sino también la acción de responsabilidad por productos defectuosos, entre otras acciones legales. Estas herramientas amplían significativamente la capacidad de los consumidores para exigir sus derechos frente a posibles incumplimientos o prácticas abusivas.

1.2. Sectores críticos para la protección del consumidor hipervulnerable en Colombia

En Colombia, la figura del consumidor hipervulnerable resulta especialmente relevante en sectores estratégicos como el tecnológico, el financiero y el de la salud. Estos sectores no solo tienen un impacto directo sobre la calidad de vida de las personas, sino que presentan características técnicas o estructurales que amplifican las desigualdades entre proveedores y consumidores. Su elección no es arbitraria: responden a una combinación de factores como la acelerada evolución de sus servicios, el tecnicismo de los productos, su relación con derechos fundamentales y la existencia de brechas de información o capacidad de agencia. En este contexto, el consumidor hipervulnerable –aquel que por razones de edad, discapacidad, desconocimiento o situación socioeconómica se encuentra en una posición de especial desventaja– requiere medidas reforzadas de protección para garantizar una participación equitativa en el mercado.

El sector de la tecnología y las telecomunicaciones representa uno de los mayores retos para la protección del consumidor, debido a la complejidad técnica de los productos ofrecidos, la rápida obsolescencia de los servicios y la creciente automatización de las relaciones contractuales. La digitalización, si bien ofrece beneficios, también ha generado nuevas formas de exclusión y vulnerabilidad: contratos electrónicos ininteligibles, falta de canales de atención accesibles, algoritmos opacos y prácticas como el *dark pattern* dificultan la comprensión e impiden un consentimiento verdaderamente informado. Estas dinámicas afectan de forma desproporcionada al consumidor hipervulnerable, en especial a adultos mayores, personas sin alfabetización

digital o usuarios en zonas rurales. Aunque la Ley 1480 de 2011 establece principios generales de información clara y trato digno (Congreso de Colombia, 2011), estos resultan insuficientes en un entorno digital tan complejo. La situación se agrava cuando los proveedores imponen condiciones de uso en términos extensos, técnicos e incomprensibles, lo que impide que el consumidor pueda valorar los riesgos reales de sus decisiones. Por ello, se requieren regulaciones específicas sobre accesibilidad, transparencia algorítmica y formatos de consentimiento reforzado, especialmente para públicos vulnerables.

En cuanto al sector financiero, la protección del consumidor está marcada por la necesidad de garantizar la transparencia y la equidad en las relaciones contractuales. Este sector se caracteriza por un alto nivel de complejidad en los productos ofrecidos, lo que genera una asimetría informativa significativa entre las entidades financieras y los consumidores, quienes muchas veces no comprenden plenamente los términos, condiciones o riesgos asociados. La Ley 1328 del 2009, que establece el régimen de protección al consumidor financiero, busca precisamente ofrecer garantías más amplias tanto para los consumidores actuales como para los potenciales, frente a estas desventajas (Congreso de Colombia, 2009).

El Artículo 335 de la Constitución establece que los servicios financieros son de interés público y, por lo tanto, su regulación debe tener por objeto la protección del interés general, con el fin garantizar la seguridad de los recursos captados del público, brindando tranquilidad y confianza a los usuarios en el sistema financiero (Colombia, 1991; Consejo de Estado, 2011). Para ello, hay una regulación que protege los derechos de los consumidores, especialmente frente a prácticas como el sobreendeudamiento y las tasas de interés abusivas.

En el ámbito de la salud, la protección del consumidor adquiere una dimensión crítica, dado que las fallas en la prestación del servicio pueden derivar directamente en afectaciones al derecho a la vida y la integridad personal. El consumidor hipervulnerable en este sector –pacientes con enfermedades graves, personas con discapacidad o en condiciones de pobreza extrema– enfrenta barreras en el acceso, trato indigno o negligencia en la atención. En estos casos, la asimetría no solo es informativa sino también estructural, y se agrava por la fragmentación del sistema, la escasa información sobre los derechos en salud y la opacidad de los canales de reclamación. La Ley 1122 de 2007 introdujo reformas al Sistema General de Seguridad Social en Salud para mejorar la calidad y el acceso (Congreso de Colombia, 2007), y la Ley Estatutaria 1751 de 2015 consagró el derecho fundamental a la salud, imponiendo al Estado y a los actores del sistema la obligación de garantizar servicios oportunos, accesibles y de calidad (Congreso de Colombia, 2015).

Ahora bien, los sectores presentados, que se caracterizan por su rápida evolución y crecimiento, demandan una adaptación colectiva continua para abordar aspectos como comercio electrónico, privacidad de datos y accesibilidad de servicios. En este contexto, donde convergen el interés público y el bienestar general, se observa una clara disparidad con el consumidor hipervulnerable, cuyos derechos pueden ser

gravemente vulnerados si carece de la instrucción informativa necesaria y las bases para desenvolverse en entornos dinámicos.

1.3. Evolución normativa reciente frente a la noción de consumidor hipervulnerable

La noción de consumidor hipervulnerable ha comenzado a adquirir relevancia en el sistema colombiano de protección al consumidor, gracias a decisiones recientes de la Superintendencia de Industria y Comercio. Aunque esta figura no se encuentra expresamente desarrollada en la Ley 1480 de 2011, algunas resoluciones administrativas han empezado a esbozar sus contornos y a explorar su aplicabilidad frente a situaciones de desigualdad estructural en relaciones de consumo particularmente asimétricas. Entre estas decisiones destacan dos pronunciamientos de 2023 –las Resoluciones 47950 y 62017– que, aunque con alcances distintos, contribuyen a delinear los desafíos normativos y regulatorios asociados a la protección de consumidores en condiciones de vulnerabilidad reforzada (SIC, 2023c, 2023d).

La Resolución n.º 47950 de 2023, emitida por la Superintendencia de Industria y Comercio [SIC] (2023c), marcó un hito significativo al introducir la categoría de "consumidor hipervulnerable". Este pronunciamiento derivó de la evaluación de las circunstancias particulares en la relación entre Win Sports S.A.S. y sus usuarios. La resolución impuso una sanción de 245 salarios mínimos legales mensuales vigentes y la emisión de órdenes administrativas destinadas a corregir deficiencias en la calidad del servicio ofrecido a través de la plataforma Win Sports Online. Además, las órdenes administrativas ordenaron a la empresa proporcionar información clara y completa en los términos y condiciones del servicio, permitiendo a los consumidores tomar decisiones informadas y gestionar los riesgos asociados (SIC, 2023c).

En la resolución que sancionó a Win Sports, la Superintendencia de Industria y Comercio abordó la desigualdad estructural de las relaciones de consumo en mercados segmentados, especialmente en contextos como la pandemia del Covid-19, donde se agudizaron las vulnerabilidades de ciertos grupos. Durante ese periodo, se evidenció cómo el entorno digital –en particular, los servicios de *streaming*– generaba nuevas barreras de acceso, comprensión y reclamación. En este contexto, la SIC introdujo por primera vez el concepto de "consumidor hipervulnerable", aunque de forma accesoria y sin un desarrollo normativo o analítico concreto, recurriendo también a una noción previamente elaborada en su doctrina institucional: la del "consumidor fragmentado" (SIC, 2023c). Esta última busca destacar que no todos los consumidores enfrentan los mismos riesgos ni poseen la misma capacidad de comprensión o agencia, lo cual exige regulaciones diferenciadas y un sistema de protección más inclusivo.

Sin embargo, la referencia al consumidor hipervulnerable se hizo a título de *obiter dicta*, como una reflexión contextual sin efectos reales sobre la decisión adoptada. La resolución no desarrolló un criterio para determinar si los consumidores del caso calificaban como hipervulnerables ni explicó cómo esa condición debía incidir en la

resolución. Aunque se hizo alusión al impacto de la pandemia y a la potencial situación de desventaja de los usuarios que dependían del servicio de *streaming* para acceder a eventos deportivos, dicha mención no se tradujo en medidas concretas orientadas a reconocer o proteger dicha vulnerabilidad.

Por su parte, la Resolución n.º 62017 de 2023 de la Superintendencia de Industria y Comercio [SIC] (2023d) también marcó un importante precedente en la aplicación del concepto de consumidor hipervulnerable en Colombia. En esta decisión, se impuso una sanción significativa a la constructora Agora Construcciones S.A. por fallas e incumplimientos en el proyecto de vivienda de interés social Puerta del Rey, en Bogotá. Este caso es especialmente relevante porque se enfocó en proteger a consumidores en situaciones de alta vulnerabilidad, como víctimas de desplazamiento forzado, niños y adultos mayores. Estos grupos fueron reconocidos como consumidores hipervulnerables debido a su condición de especial protección constitucional. La decisión tomada no solo se limitó a sancionar a una empresa por incumplimientos contractuales, sino que hizo hincapié en la obligación del Estado y del sector privado de actuar con una ética de responsabilidad social en la protección de los consumidores en su dimensión colectiva.

La resolución consideró que, debido a su vulnerabilidad, estos consumidores no podían ser tratados como consumidores comunes, ya que sus circunstancias implican un mayor riesgo de perjuicio en caso de incumplimiento o deficiencia en los productos o servicios ofrecidos. En este caso, la constructora fue encontrada responsable de una serie de incumplimientos graves que afectaron la seguridad y la calidad de las viviendas entregadas, desde la falta de disponibilidad de servicios públicos básicos hasta deficiencias constructivas que ponían en peligro la integridad de los residentes, incluyendo menores de edad. En conclusión, los sectores tecnológicos, financieros y de salud en Colombia han experimentado una transformación acelerada, caracterizada por una creciente complejidad en los productos y servicios ofrecidos. Estas dinámicas han profundizado las asimetrías existentes entre consumidores y proveedores, especialmente en términos de acceso a la información y capacidad de comprensión. En este contexto, se hace indispensable una actualización constante del marco normativo, que permita responder de manera adecuada a los nuevos desafíos del mercado y garantizar una protección efectiva de los consumidores. La Resolución n.º 47950 de 2023, que introdujo el concepto de "consumidor hipervulnerable" por primera vez, y la Resolución n.º 62017 de 2023, que lo desarrolló de manera más detallada, establecieron un precedente importante (SIC, 2023c, 2023d). Estas decisiones impusieron sanciones a las empresas que incumplieron sus obligaciones, y también establecieron algunas bases para una regulación más precisa y eficaz que tuviera en cuenta tanto la fragmentación de los consumidores como las vulnerabilidades.

Sin embargo, falta un verdadero desarrollo de la figura, que asegure un estándar de protección mayor para ciertos grupos poblacionales y que sea aplicable a otros escenarios de asimetría grave, como la que se presenta en los cuatro sectores evaluados. En este sentido, es pertinente realizar un análisis comparado para entender el desarrollo que se le ha dado a la hipervulnerabilidad en otros países latinoamericanos,

así como las herramientas de las cuales disponen los consumidores más desfavorecidos para hacer valer sus derechos.

2. DERECHO COMPARADO

Como se evidencia, hay bastantes aristas que se encuentran alrededor del concepto del consumidor hipervulnerable, las cuales deben ser reguladas por los gobiernos de cada país. En ese sentido, es menester analizar cómo en Chile, Brasil, Argentina y España han dado una solución jurídica para mitigar la desigualdad que se presenta cuando un consumidor hipervulnerable requiere acceder a un servicio. Con el fin de hallar las herramientas jurídicas que usan otros países y, de ser útiles, adoptarlas en el sistema jurídico colombiano.

2.1. La definición

En primer lugar, se trae a colación la definición que da Chile frente al concepto objeto de estudio, pues se evidenció que este Estado ha instaurado cuáles son los criterios, características y condiciones sociales que generan una vulnerabilidad agravada o calificada en el consumidor, conocida como hipervulnerabilidad. Aunque la Ley n.º 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (Congreso Nacional de Chile, 1997) no establece explícitamente la categoría de "consumidor hipervulnerable" según el Servidor Nacional del Consumo (SERNAC), el concepto no debe contar con una definición única, debido a que las fallas en el mercado tienen repercusiones distintas en diversos escenarios, afectando de forma diferenciada a cada consumidor (Servicio Nacional del Consumidor, 2021). Siendo así, el Estado chileno considera imperativo generar ciertos criterios con el fin de delimitar el marco de quienes se consideran en condición de hiper vulnerabilidad.

Con dicho fin, el Servicio Nacional del Consumidor (2021) desarrolló tres categorías: Primero, el *Criterio endógeno o permanente*, el cual se fundamenta en las condiciones propias del consumidor como individuo, con el fin de realizar una caracterización del usuario, tomando aspectos como el género, la orientación sexual, la capacidad económica, su habilidad de negociación o algún tipo de discapacidad; aclarando que este criterio se basa en la vulnerabilidad preexistente, pues no varía de acuerdo con las condiciones de consumo impuestas por el mercado. En ese orden de ideas, el gobierno chileno advierte que esta categoría debe ser tomada en cuenta para la creación de políticas públicas y para expedir las leyes.

Segundo, consagraron el *criterio circunstancial*, partiendo de que la vulnerabilidad surge como producto de la interacción entre los consumidores y los mercados en determinados mercados; si bien este tipo de consumidor no es endógeno, se puede configurar la vulnerabilidad de acuerdo al mercado en que se encuentre inmerso según sus características personales. Por ejemplo, algunos adultos mayores que se enfrentan al mercado de producto tecnológicos, no todos serán considerados como

consumidores hipervulnerables, pues si bien son adultos mayores, algunos pueden contar con la experticia y capacidad igual que una persona más joven.

Por último, Chile propone en su sistema jurídico el tercer *criterio situacional*, basado en qué situaciones pueden convertir al sujeto en un consumidor hipervulnerable, pues en algunas situaciones por motivos específicos se encuentra más propenso a padecer vulneraciones, como los enfermeros en el sistema de salud o los turistas en centros vacacionales.

En segundo lugar, se analizará la postura que Brasil ha adoptado frente a la materia de estudio, pues si bien no contemplan el concepto del consumidor hipervulnerable propiamente, en su Código de Defensa de Protección del Consumidor, contenido en la Ley n.º 8078 de 1990, en la sección IV, dispone la prohibición de todas las prácticas abusivas que tengan por objeto aprovecharse de la debilidad del consumidor en cuanto a su edad, salud, conocimiento o condición social para conocer o adquirir sus productos, como "condicionar el suministro de un producto o servicio al suministro de otro producto o servicio, así como unos límites cuantitativos, sin justa causa" (Congreso Nacional de Brasil, 1990).

En tercer lugar, en el caso de Argentina según la resolución n.º 139 del 2020, expedida por la Secretaría de Comercio Interior, se entiende por consumidores hipervulnerables a todos aquellos que "se encuentren en otras situaciones de vulnerabilidad en razón de su edad, género, estado físico o mental, o por circunstancias sociales, económicas, étnicas y/o culturales, que provoquen especiales dificultades para ejercer con plenitud sus derechos como consumidores" (Ministerio de Desarrollo Productivo & Secretaría de Comercio Interior, 2020). En consecuencia, la definición, si bien ampara categorías sospechosas que han sido históricamente vulneradas, no cuenta con un desarrollo a profundidad del vínculo entre dichas categorías y la manera como afectan los derechos del consumidor.

Una vez expuestas algunas definiciones y categorías del consumidor hipervulnerable dentro de ciertos sistemas jurídicos latinoamericanos, examinar un país que se encuentra en el continente europeo permite ampliar el margen de análisis en aras de encontrar alternativas diversas que busquen equilibrar el vínculo entre el consumidor hipervulnerable y el mercado al que se enfrenta.

En ese sentido, el último país que se abordará es España, en el cual, durante la pandemia, el Estado se percató de la necesidad de proteger a los consumidores hipervulnerables; por ende, en el Decreto ley 1/2021 estableció la protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica, estableciendo una definición de consumidor que, si bien no cuenta con un reconocimiento formal, gracias a la primera definición expuesta en el decreto, han comenzado a adoptar una categorización diferencial entre comunidades (Jefatura del Estado, 2021).

Como se evidencia, la necesidad de incluir el concepto del consumidor hipervulnerable dentro de los ordenamientos jurídicos parte de la necesidad de adoptar una disposición que proteja los derechos de aquellos consumidores que, debido a sus circunstancias sociales, étnicas y/o culturales o al contexto en el que se encuentran inmersos, se encuentran más expuestos a sufrir alguna vulneración cuando tienen

contacto con el mercado. Este panorama desde el derecho comparado permite dilucidar cómo los demás países han dotado de contenido este concepto, y así, incorporar dichos elementos al concepto que se busca construir en Colombia.

2.2. El desarrollo normativo

En el marco del derecho del consumo, la vulnerabilidad del consumidor ha sido reconocida como un principio rector para la protección de los usuarios frente a los abusos del mercado. La figura del *consumidor hipervulnerable*, aunque aún no positivizada, se ha venido consolidando como una categoría jurídica que obliga a revisar las normas sustantivas y procesales desde una perspectiva de equidad material. Su reconocimiento, tanto doctrinal como normativo, revela una preocupación por dotar de eficacia real a los derechos del consumidor cuando se encuentra en una situación de desventaja agravada, ya sea por razones personales, sociales, económicas o contextuales.

Desde un enfoque universal, la hipervulnerabilidad exige reformular los estándares de diligencia exigibles al proveedor. Frente a consumidores con capacidades reducidas para comprender, negociar o hacer valer sus derechos, el proveedor no solo debe abstenerse de conductas abusivas, sino adoptar activamente medidas de protección: adaptación de la información, adecuación del canal de atención, provisión de asesoría comprensible, e incluso evaluación de la idoneidad del producto o servicio frente al perfil del consumidor. Como se señala en la doctrina chilena (Delgado Fredes, 2024; López Díaz, 2023), este deber de profesionalidad se ve intensificado cuando hay elementos de hipervulnerabilidad.

En el plano procesal, la figura activa mecanismos como la carga dinámica de la prueba, que permite distribuir la responsabilidad probatoria según la capacidad real de las partes. Esto tiene fundamentos en el principio de igualdad material y ha sido reconocido expresamente en legislaciones como la chilena (art. 50 H LPC), pero también se desprende de la interpretación sistemática del debido proceso en otros sistemas (Congreso Nacional de Chile, 1997 art. 50 H). Asimismo, el trato digno, previsto tanto en normas internas como en instrumentos internacionales de derechos humanos, exige ajustar procedimientos y canales de reclamación a las necesidades del consumidor.

Adicionalmente, el carácter agravado de la vulnerabilidad puede operar como circunstancia agravante en sede sancionatoria, permitiendo la imposición de multas más severas o medidas correctivas estructurales (capacitaciones, rediseño de contratos, disculpas públicas). Este enfoque se fundamenta en la necesidad de disuadir prácticas sistemáticas de explotación de la debilidad del consumidor y ha sido reconocido en resoluciones como la 139/2020 en Argentina, que introdujo la categoría de “consumidor hipervulnerable”, y posteriormente actualizado mediante la Disposición 137/2024, que derogó la resolución anterior y estableció un procedimiento específico para consumidores en situación vulnerable (Ministerio de Desarrollo Productivo & Secretaría

de Comercio Interior, 2020; Ministerio de Economía & Subsecretaría de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial, 2024).

Desde una perspectiva universal, por tanto, la hipervulnerabilidad no debe ser entendida como una excepción, sino como un componente estructural que impone al derecho del consumo un giro paradigmático: pasar de una protección formalmente igualitaria a una protección materialmente equitativa. Esto supone la reinterpretación de principios generales (buena fe, profesionalidad, trato digno) a la luz de contextos específicos de desventaja y el desarrollo de estándares diferenciados de información, contratación, atención y reparación.

3. ANÁLISIS DE ESTA CATEGORÍA DESDE LA EXPERIENCIA DEL GAP Y LAS HERRAMIENTAS QUE BRINDA EL DERECHO COMPARADO

Tras haber expuesto el marco conceptual y normativo del consumidor hipervulnerable, este apartado profundiza en su análisis a partir de la experiencia práctica del Grupo de Acciones Públicas (GAP) y de los aportes que ofrece el derecho comparado. A partir de esta doble perspectiva, empírica y doctrinal, se busca evidenciar cómo la aplicación del concepto en contextos reales de litigio permite identificar vacíos regulatorios y oportunidades de fortalecimiento normativo en el sistema colombiano.

En la labor y experiencia del GAP resulta especialmente ilustrativo el caso de Seguros Falabella, que puso de manifiesto la importancia de reconocer al consumidor hipervulnerable y las deficiencias normativas que persisten en su protección. Los estudiantes de la clínica encontraron que la publicidad de la Agencia de Seguros Falabella inducía al error a los consumidores, ya que las letras usadas para el nombre "agencia" era poco perceptible por tener un tamaño muy reducido. Esta disposición publicitaria generaba confusión en los consumidores, ya que estos adquirían seguros, pensando que era Falabella quien brindaba el servicio, y no que era en realidad una agencia intermediaria para adquirir las pólizas. Además, los consumidores no tenían la posibilidad de elegir la aseguradora final que cubriría su póliza, lo que generaba mayor convicción de que era Falabella la que aseguraba los siniestros. Esta práctica generó confusión y perjuicios a los consumidores, quienes, al ocurrir un siniestro, acudían a Falabella en busca de respuesta, sin saber que la responsabilidad recaía en otra entidad.

Frente a esta problemática, el régimen jurídico financiero en Colombia contempla a las aseguradoras y agencias de seguros como tipos de entidades diferentes. Las aseguradoras son empresas encargadas de crear y ofrecer servicios de aseguramiento, mientras que las agencias de seguros son empresas intermediarias que asesoran y ofrecen información sobre los seguros, siendo puente entre las aseguradoras e interesados en adquirir sus servicios, obteniendo comisión por ello. En este escenario, donde se ha materializado un caso con la Agencia de Seguros Falabella, se evidencian prácticas engañosas que afectan la toma de decisiones informadas por parte de los consumidores. Esta situación genera una vulnerabilidad técnica e informativa, ya que

los consumidores pueden desconocer la distinción entre aseguradoras y agencias de seguros, comprometiendo su capacidad para tomar decisiones informadas.

Ante la necesidad de adaptar disposiciones que eviten estas circunstancias, Colombia podría adoptar dos herramientas que se evidencian gracias al derecho comparado. En primer lugar, la categoría del criterio circunstancial que propone Chile, destinadas para consumidores cuyas características personales no interfieren en la relación de consumo, sino las circunstancias, como ser usuarios de Seguros Falabella y esta no fuera clara en la calidad que ostenta. En segundo lugar, con el fin de erradicar este tipo de prácticas, acoger una de las prohibiciones que estipula Brasil en su Código de Defensa de Protección del Consumidor: prohibir la práctica abusiva de condicionar el suministro de un producto o servicio a consumir otro producto o servicio sin justa causa. Gracias a ello, las estrategias desleales estarían prohibidas y el grupo en que recae la vulneración estaría reconocido y protegido por la ley.

Por otro lado, el GAP hizo acompañamiento en un caso orientado a la *venta de celulares* y la forma como se brinda información a los consumidores por parte de los establecimientos de comercio sobre la capacidad de la memoria interna de los mismos. El impacto negativo que produce esta problemática se veía reflejado en una gran escala de personas por la cantidad de productos que se vendían cada día, cuando, en diferentes anuncios publicitarios o en los puntos de venta de los equipos móviles, no se les transmitía a los consumidores qué parte de la capacidad de la memoria de sus celulares ya estaba siendo ocupada con el sistema operativo, las aplicaciones del productor y las aplicaciones del proveedor de servicio móviles. Por lo que la importancia de analizar la problemática a la que se enfrentaba el consumidor se originó por la falta de transparencia dirigida a ellos considerando que la información proporcionada era engañosa.

Aunque se reconocía la necesidad de ocupar parte de la memoria con el sistema operativo y las aplicaciones instaladas por el fabricante, argumentamos que los distribuidores debían ofrecer información completa y clara sobre la capacidad efectivamente disponible para el usuario. La falta de una reglamentación específica sobre el deber de información en la venta de dispositivos tecnológicos contribuyó a que esta práctica se asumiera como algo normal, pese a que afectaba a un número considerable de consumidores.

En un comienzo consideramos que la acción popular era el mecanismo más adecuado para proteger el derecho colectivo al consumo informado, pues la afectación trascendía los intereses individuales. Sin embargo, la demanda fue inadmitida y luego rechazada. Más que un error procesal, esa decisión evidenció las dificultades que surgen cuando se intenta aplicar un instrumento tradicional a un escenario donde la regulación es insuficiente y la afectación es técnica. Los jueces entendieron que no existía una norma específica que estableciera con claridad el deber de información sobre la capacidad de almacenamiento de los equipos, y que las pruebas aportadas no permitían demostrar una vulneración generalizada del derecho colectivo.

Esa experiencia nos llevó a reconocer que, aunque la acción popular procede formalmente para la defensa de los consumidores, en la práctica encuentra barreras

cuando el daño se origina en vacíos normativos o en asimetrías técnicas difíciles de probar. Si hubiéramos contado con estándares de información previamente definidos –por ejemplo, sobre la forma de comunicar la capacidad real de los dispositivos–, o con herramientas probatorias más accesibles, habría sido posible sustentar mejor el carácter colectivo del perjuicio.

Más que un resultado negativo, el proceso permitió identificar la necesidad de fortalecer los criterios jurídicos y probatorios en materia de consumo digital. En contextos como este, donde el consumidor enfrenta una desventaja técnica evidente, la ausencia de parámetros normativos impide al juez aplicar de manera efectiva los principios de transparencia y veracidad. Por eso, la experiencia reafirma la importancia de incorporar la noción de hipervulnerabilidad en el derecho del consumo colombiano, no como una figura simbólica, sino como un instrumento que haga realmente operativas las acciones colectivas.

En este orden de ideas, una de las herramientas que podría sugerir el ejercicio del derecho comparado es la categoría del criterio circunstancial de Chile, pues, gracias a ella, es posible hacer visible este grupo vulnerable, que, si bien no es discriminado por categorías sospechosas, sí se encuentra ante una situación de vulnerabilidad debido a las condiciones del mercado, pues no es obligación del ciudadano tener experticia en mercados tecnológicos para acceder a los productos que ofrecen.

De manera similar a lo ocurrido en el sector tecnológico, la clínica también identificó una posible aplicación del concepto de consumidor hipervulnerable en el sector salud, en el cual esta categoría adquiere una dimensión crítica por su estrecha relación con la calidad de vida y el bienestar de los consumidores. En el ámbito del consumo, especialmente en servicios de salud, los consumidores no solo adquieren productos o servicios, sino que también confían en que estos no contribuirán negativamente a su salud física, mental o emocional. Es por ello que como una tercera experiencia de litigio estratégico por parte del GAP en el sector salud, se resalta la acción popular que se interpuso en búsqueda de la protección de los derechos colectivos de los consumidores y los usuarios, a la seguridad y salubridad pública, donde se denuncia la falta de regulación y control respecto a la nula o escasa información, y la poca claridad sobre los efectos secundarios, interacciones medicamente asociadas y los factores de riesgo en los *empaques de los anticonceptivos* orales. En algunos casos, la información disponible sobre las contraindicaciones es bastante técnica, lo que impide la compresión de los riesgos por parte de las consumidoras de anticonceptivos que no cuentan con formación médica-farmacéutica, generando una vulneración técnica y también produce una vulneración informativa, puesto que, en algunos casos, la información sobre las advertencias y contraindicaciones se encuentran en el interior de la caja.

La estrategia de impacto en el presente caso busca poner fin a la vulneración de los derechos de las mujeres como consumidoras de anticonceptivos, así como proteger sus derechos a la salud y salubridad pública. Uno de los principales propósitos era garantizar que quienes adquieran anticonceptivos orales reciban información completa sobre los posibles riesgos y efectos secundarios, permitiéndoles tomar decisiones

informadas y libres. Además, se propone que estos anticonceptivos estén sujetos a un etiquetado externo que especifique las condiciones de salud que podrían contraindicar su uso. En este contexto, se hizo hincapié en la responsabilidad del Ministerio de Salud y Protección Social, del Invima y de la Superintendencia de Industria y Comercio. El Ministerio debe abordar la complejidad en los empaques de píldoras anticonceptivas para garantizar el acceso a información clara y precisa. Mientras que la Superintendencia de Industria y Comercio debe velar por la protección de los consumidores, garantizando el cumplimiento de disposiciones e imponiendo sanciones por violaciones a los derechos de los consumidores.

Es por ello por lo que, durante el proceso de la acción popular, el GAP veló por la garantía de estos derechos colectivos. Por ejemplo, se solicitó al despacho que requiriera a ciertos laboratorios productores de anticonceptivos orales para que remitieran informes aclarando sobre los efectos secundarios, interacciones y riesgos que podrían presentarse con otros medicamentos, con el fin de recolectar las pruebas faltantes. Una vez obtenida esta información, se radicaron alegatos de conclusión por parte de la clínica jurídica y demás coadyuvantes del proceso, como la Fundación ProBono Colombia, la organización Women's Link Worldwide y Clínica Jurídica contra la Violencia Intrafamiliar de Género (VIG) de la Universidad del Rosario.

Este tipo de asuntos ocurren aun cuando existen disposiciones expresas que establecen el deber de información y la prohibición de la publicidad engañosa. Uno de los principales retos que se identificaron al momento de llevar al litigio estos casos era la posibilidad de que el juez priorizara la protección individual del derecho al consumo, y no pudiera identificar la necesidad de proteger al consumidor en su manifestación de hipervulnerabilidad técnica e informativa.

La aplicación de la categoría de consumidor hipervulnerable en todos los sectores donde haya relaciones de consumo se vuelve entonces esencial al considerar la asimetría de poder evidenciada en estos casos, donde la información privilegiada y la manipulación de la elección del consumidor generan una desventaja significativa. En el ámbito del interés colectivo, la protección de estos consumidores adquiere relevancia no solo por la defensa de derechos individuales, sino también por la necesidad de corregir prácticas que afectan a un grupo más amplio y al interés público.

Por último, la herramienta que ofrece el derecho comparado es la del criterio endógeno o permanente propuesto por Chile, el cual establece que la definición la vulnerabilidad parte de la discriminación preexistente debido a las características propias de las personas. En este caso, el género juega un papel trascendental en la relación de consumo con las empresas farmacéuticas que comercializan estos medicamentos, pues dichas compañías no cuentan con un enfoque de género que permita que las mujeres conozcan los efectos secundarios e igual deben acceder a estos productos y, por ende, se encuentran frente a una doble vulneración, por su género y por ser consumidoras.

Así pues, la inclusión y protección del consumidor hipervulnerable emerge como un imperativo ético y legal en la defensa de los derechos de consumo. Este enfoque no solo busca remediar desigualdades manifestadas en prácticas comerciales engañosas,

sino que también pretende fortalecer la confianza y seguridad de los consumidores en los mercados. Reconocer y abordar las vulnerabilidades técnicas, informativas y circunstanciales es crucial para asegurar que todos los individuos, independientemente de su nivel de conocimiento o experiencia, puedan participar en transacciones comerciales de manera justa y equitativa. Al implementar mecanismos legales y administrativos que protejan a estos grupos vulnerables, se promueve el bienestar colectivo y la integridad de los mercados. Por lo que la adopción de enfoques comparativos y la adaptación de herramientas legales innovadoras son fundamentales para asegurar que la regulación del consumo no solo sea efectiva, sino también inclusiva y sensible a las complejidades del mundo moderno.

CONCLUSIÓN

Se evidencia que la ausencia de una definición explícita e integral del concepto de consumidor hipervulnerable en el sistema normativo colombiano ha generado afectaciones a este tipo de consumidores, especialmente en su relación con determinados sectores del mercado. Esta situación pone de manifiesto la necesidad de aplicar dicha categoría tanto en el litigio estratégico como en la formulación de nuevas normas. Todo ello con el objetivo de garantizar el derecho al consumo como un derecho colectivo, abordando las particularidades y desafíos que enfrentan estos grupos desde una perspectiva económica, social, cultural, circunstancial y estructural, en busca de una mayor equidad en el mercado.

Si bien Colombia ha avanzado en la protección del consumidor hipervulnerable a través de la Superintendencia de Industria y Comercio, es imperativo que se adopte el criterio circunstancial aplicado en Chile. Este criterio no se limita a proteger a quienes pertenecen a categorías sospechosas históricamente discriminadas, sino que también reconoce la vulnerabilidad derivada de las condiciones del mercado en sectores donde se requiere cierta experticia.

La inefficiencia del marco vigente no radica en la ausencia de normas, sino en la rigidez y generalidad con que las existentes abordan la vulnerabilidad del consumidor. Tanto el Estatuto del Consumidor como la Ley 1328 de 2009 y la Ley 472 de 1998 contienen principios amplios –información veraz, trato digno, protección de derechos colectivos– que presuponen una capacidad de agencia homogénea de los consumidores. Sin embargo, el mercado actual está marcado por asimetrías técnicas, informativas y económicas que afectan de manera desigual a ciertos grupos, lo que exige un tratamiento diferencial que la legislación vigente no ofrece.

Además de la legislación, la jurisprudencia y la doctrina nacionales no han desarrollado un marco interpretativo uniforme sobre la vulnerabilidad agravada. La categoría de "sujeto de especial protección constitucional" se ha aplicado con éxito en otros campos (salud, seguridad social, trabajo), pero no ha sido trasladada al ámbito del consumo, donde las desventajas se manifiestan de forma económica y tecnológica, no solo física o social. La falta de esta conexión intersectorial refuerza la fragmentación

del sistema y deja desprotegidos a quienes enfrentan barreras materiales para ejercer sus derechos como consumidores.

En síntesis, el sistema actual no es capaz de garantizar igualdad material en las relaciones de consumo, porque fue diseñado para un mercado analógico y formalmente equilibrado. La hipervulnerabilidad, en cambio, es un fenómeno estructural del mercado digital contemporáneo, caracterizado por la concentración de información y la automatización de decisiones. Sin una norma que reconozca explícitamente esta condición y establezca deberes reforzados para los proveedores, las autoridades seguirán aplicando criterios generales que tratan como iguales a consumidores radicalmente desiguales. Esa es la verdadera razón por la que se requiere una regulación específica: no porque el concepto sea nuevo, sino porque lo que existe es insuficiente para corregir las asimetrías reales que la práctica ya ha demostrado.

Es por ello por lo que el presente artículo tiene como objetivo invitar a la comunidad académica y al gobierno colombiano a aunar esfuerzos para desarrollar el concepto del consumidor hipervulnerable, de forma que contemple todas las aristas que pueden conformar la categoría de hipervulnerabilidad, tal como se ha expuesto a lo largo de este artículo. Con el objetivo de que Colombia sea pionera en la construcción de este concepto y, de este modo, implementar medidas específicas en el mercado para mitigar las brechas de desigualdad.

RECOMENDACIONES

Primer, es esencial establecer una definición legal uniforme del consumidor hipervulnerable. Esta debe ser lo suficientemente precisa para garantizar seguridad jurídica, pero también abierta a la incorporación de nuevos supuestos. El fundamento normativo de esta definición debe ser el principio de equidad material, que exige un trato diferente cuando el punto de partida es desigual. Esta definición debería incluir tanto condiciones personales (edad, discapacidad, nivel educativo), como factores contextuales (acceso limitado a tecnología o a servicios financieros) y estructurales (pobreza, ruralidad, discriminación histórica). A partir de esta definición normativa, pueden desplegarse mecanismos administrativos y judiciales de identificación, monitoreo y protección.

Segundo, debe diseñarse un sistema normativo coherente de protección reforzada, que imponga al proveedor obligaciones claras de adecuación de sus prácticas comerciales. Estas obligaciones pueden traducirse en deberes especiales de información comprensible, asistencia previa a la contratación, revisión de idoneidad del producto o servicio, y mecanismos preferenciales de resolución de conflictos. Esta arquitectura normativa debe estar articulada transversalmente con regímenes jurídicos complementarios, como la legislación sobre no discriminación, discapacidad, salud mental y protección de adultos mayores.

Tercero, se propone incorporar de manera obligatoria análisis *ex ante* de impacto regulatorio y empresarial con enfoque en hipervulnerabilidad. Estos análisis permitirían evaluar de forma anticipada los efectos de políticas públicas, decisiones regulatorias

y prácticas comerciales sobre consumidores en situación de especial desprotección. Al identificar los riesgos y barreras de acceso que enfrentan estos consumidores, el análisis preventivo puede promover ajustes antes de que se generen afectaciones irreversibles. Para ello, se requerirían metodologías técnicas robustas, basadas en indicadores multidimensionales de vulnerabilidad y mecanismos de participación de los propios consumidores afectados.

Cuarto, se recomienda consolidar mecanismos procesales adecuados que garanticen el acceso efectivo a la justicia para los consumidores hipervulnerables. Estos mecanismos incluyen la inversión o flexibilización de la carga de la prueba en procesos administrativos y judiciales, la creación de vías administrativas simplificadas, defensorías públicas especializadas y acciones colectivas con legitimación reforzada. Tales medidas no solo reducen las barreras de acceso, sino que permiten un abordaje estructural del daño, al reconocer que la hipervulnerabilidad no es un fenómeno individual, sino social y sistemático.

REFERENCIAS

- Chamie, J. F. (2013). Principios, derechos y deberes en el derecho colombiano de protección al consumidor. *Revista de Derecho Privado*, 24, pp. 115-132. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/derpri/article/view/3481>
- Colombia (1991). *Constitución Política de la República de Colombia*. Gaceta Constitucional n.º 116 de 20 de julio de 1991. http://www.secretariosenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html
- Congreso de Colombia (1998, agosto 6). Ley 472 de 1998. Por la cual se desarrolla el artículo 88 de la Constitución Política de Colombia en relación con el ejercicio de las acciones populares y de grupo y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial* n.º 43.357. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=188>
- Congreso de Colombia (2007, enero 9). Ley 1122 de 2007. Por la cual se hacen algunas modificaciones en el Sistema General de Seguridad Social en Salud y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial* n.º 46.506. http://www.secretariosenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1122_2007.html
- Congreso de Colombia (2009, julio 15). Ley 1328 de 2009. Por la cual se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones. *Diario Oficial* n.º 47.411. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36841>
- Congreso de Colombia (2011, octubre 12). Ley 1480 de 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial* n.º 48.220. http://www.secretariosenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html
- Congreso de Colombia (2015, febrero 16). Ley Estatutaria 1751 de 2015. Por Medio de la cual se regula el derecho fundamental a la salud y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial* n.º 49427. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=60733>
- Congreso Nacional de Brasil (1990). Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências [Ley n.º 8.078, de 11 de septiembre

- de 1990. Dispone sobre protección al consumidor y otras medidas.]. DOU de 12.9.1990 e Retificado em 10.1.2007. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm
- Congreso Nacional de Chile (1997, febrero 7). Ley 19496. Establece Normas sobre protección de los derechos de los consumidores. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=61438>
- Consejo de Estado (2011, marzo 10). Radicación número: 52001-23-31-000-2004-00757-01(17245). Sala de lo Contencioso Administrativo Sección Cuarta. [http://consejodeestado.gov.co/documentos/boletines/PDF/52001-23-31-000-2004-00757-01\(17245\).pdf](http://consejodeestado.gov.co/documentos/boletines/PDF/52001-23-31-000-2004-00757-01(17245).pdf)
- Delgado Fredes, Y. (2024). Consumidores con vulnerabilidad agravada o hípervulnerables como categoría jurídica en Chile concepto y medidas de protección en nuestro ordenamiento jurídico. *Revista de Derecho (Concepción)*, 92(255), pp. 229-251. <https://doi.org/10.29393/RD255-7CVYD10007>
- Espinoza Espinoza, J. (2005). Sobre el ámbito de competencia de la Comisión de Protección al Consumidor del Indecopi y los alcances de la relación de consumo. (... O sobre la necesidad de diferenciar ambos escenarios). *Derecho & Sociedad*, 24, pp. 176-191. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/16963>
- Hernández-Zambrano, D. y López-Castro, Y. (2020). Los derechos colectivos de los consumidores: una mirada a su justificación y a su defensa mediante las acciones populares. En M. L. Torres-Villarreal & P. M. Iregui-Parra (Eds.), *Las acciones constitucionales: reflexiones sobre sus avances y retos*. Universidad del Rosario. <https://editorial.urosario.edu.co/gpd-las-acciones-constitucionales-reflexiones-sobre-sus-avances-y-retos.html>
- Huertas Montero, L. E. (2017). *Los derechos del consumidor en el derecho colombiano: eficiencia de los mecanismos procesales para su protección individual y colectiva*. Universidad Externado de Colombia.
- Jefatura del Estado (2021, enero 21). Real Decreto-ley 1/2021. De protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica. BOE núm. 17, de 20/01/2021. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2021-793&p=20210120&tn=1>
- López Díaz, P. V. (2023). El deber de profesionalidad y responsabilidad por las declaraciones publicitarias: una aproximación desde el derecho chileno. En D. Jarufe Contreras, A. Mondaca Miranda, I. Ravetllat Ballesté, & C. Riveros Ferrada (Eds.), *Estudios de derecho civil XVI-XVIII jornadas nacionales de derecho civil*. Thomson Reuters.
- Ministerio de Desarrollo Productivo y Secretaría de Comercio Interior (2020, mayo 27). Resolución 139/2020. Establecese que a los fines de lo previsto en el artículo 1º de la Ley n.º 24.240 se consideran consumidores hípervulnerables, aquellos consumidores que sean personas humanas Y que se encuentren en otras situaciones de vulnerabilidad en razón de su edad, género, estado físico o mental, O por circunstancias sociales, económicas, étnicas Y/O culturales, que provoquen especiales dificultades para ejercer con plenitud sus derechos como consumidores. Publicada en el Boletín Nacional del 28-Mayo-2020. <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resoluci%C3%B3n-139-2020-338055>
- Ministerio de Economía y Subsecretaría de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial. (2024, mayo 28). Disposición 137/2024. Visto El Expediente n.º Ex-2024-43884116-Apn-Dgdmfp#mec, Las leyes números 24.240 y sus modificatorias y 26.993 y sus modificaciones, el Decreto n.º 50 de fecha 19 de diciembre de 2019 y sus modificatorios, las resoluciones números 139 de fecha 27 de mayo de 2020 de la Ex Secretaría de Comercio

Interior del Ex Ministerio de Desarrollo Productivo y 227 de fecha 14 de marzo de 2023 de la Ex Secretaría de Comercio del Ministerio de Economía y su modificatoria. DI-2024-137-APN-SSDCYLC#MEC. <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/disposici%C3%B3n-137-2024-399989/texto>

Presidencia de la República de Colombia (2014, mayo 29). Decreto 975 de 2014. Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se debe presentar la información y la publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores. Diario Oficial n.º 49166. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=57437>

Red de Consumo Seguro y Salud de la OEA (2022). *Actualidad en materia de consumo y entornos digitales Fortalezas y debilidades* (Grupo de trabajo Consumo y entornos digitales). https://siar.sic.gov.co/siar_prd/documentos/application319_20220125083741Actualidad%20en%20materia%20de%20consumo%20y%20entornos%20digitales%20-%20fortalezas%20y%20debilidades.pdf

Servicio Nacional del Consumidor (2021, diciembre 31). Resolución Exenta n.º 001038: Circular interpretativa sobre la noción de consumidor hipervulnerable. *Ministerio de Economía, Fomento y Turismo*. <https://www.sernac.cl/portal/618/w3-article-64930.html>

SIC (s/f). ¿Qué es la protección al consumidor? Recuperado el 21 de agosto de 2025, de <https://www.sic.gov.co/que-es-la-proteccion-al-consumidor>

SIC (2023a). *Emprendamos seguro cartilla sobre productos defectuosos dirigida a emprendedores*. <https://www.sic.gov.co/content/cartilla-seguridad-de-producto-dirigida-emprendedores>

SIC (2023b). *SuperIndustria sanciona con más de 1.000 SMLMV a la Fintech Nanocred Colombia SAS por usura, infracciones al deber de informar y publicidad engañosa*. <https://sedelectronica.sic.gov.co/noticias/superindustria-sanciona-con-mas-de-1000-smlmv-la-fintech-nanocred-colombia-sas-por-usura-infracciones-al-deber-de-informar-y-publicidad>

SIC (2023c, agosto 14). Resolución n.º 47950 de 2023. Por la cual se decide una actuación administrativa. *Radicación n.º 20-494879*. <https://www.sic.gov.co/sites/default/files/boletin-juridico/WIN%20SPORTS%20SAS.pdf>

SIC (2023d, octubre 10). Resolución n.º 62017 de 2023. Por la cual se decide una actuación administrativa. *Radicación n.º 19-131966*. <https://www.sic.gov.co/sites/default/files/boletin-juridico/2023062017RE0000000001.pdf>

Tarazona Rodríguez, P. A. (2024, marzo 11). Internet vs. adultos mayores. La necesidad de regular la figura del consumidor hipervulnerable en Colombia. *Ágora Mercatorum*. <https://agoramercatorum.uexternado.edu.co/internet-vs-adultos-mayores-la-necesidad-de-regular-la-figura-del-consumidor-hipervulnerable-en-colombia/>