

Bogotá D.C.,

10

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO	
RAD: 15-241196- -00003-0000	Fecha: 2015-11-24 15:12:55
DEP: 10 OFICINAJURIDICA	
TRA: 113 DP-CONSULTAS	EVE: SIN EVENTO
ACT: 440 RESPUESTA	Folios: 1

Doctor
JULIO ROBERTO PALACIOS RODRIGUEZ
www.juliopalacios@gmail.com

Asunto: Radicación: 15-241196- -00003-0000
Trámite: 113
Evento: 0
Actuación: 440
Folios: 1

Estimado(a) Doctor:

1. OBJETO DE LA CONSULTA

En esta oportunidad, el peticionario ha planteado los interrogantes que siguen:

“1) si el Tribunal Administrativo de Cundinamarca, Sección primera, sub-sección b EXPEDIENTE: 25000-23-24-000-2013-00008-00 ,DEMANDANTE: Luis Alfredo Lozano Salgar, DEMANDADOS: Municipio de Soacha, Colsubsidio y otros, MAGISTRADO: Fredy Ibarra Martínez, y a su vez Tribunal Administrativo de Cundinamarca, Sección primera, sub-sección b, EXPEDIENTE: 25000-23-24-000-2011-00225-01 , DEMANDANTE: Ramón Nonato Zapata Gaona, DEMANDADOS: Alcaldía de Soacha, Colsubsidio y otros, MAGISTRADO: Carlos Enrique Moreno Rubio, la super intendencia (sic) afirma que colsubsidio (sic) no hace parte de la acción popular como demandado en respuesta (sic) de cierre de investigación 13120645 de 2013, a mi persona (sic), ENTONCES se requiere que se informe de manera clara porque (sic) negaron tal hecho, y que (sic) consecuencias recaen sobre (sic) el vender en medio de un humedal con acciones jurídicas y medidas de precaución del 6 de enero de 2011 por parte de la CAR.

“2) Se pronuncie la super intendencia (sic) sobre el Contrato de la Fiducia y sus modificaciones del proyecto Maipore, suscrito entre la fiduciaria Bogota (sic) y los fideicomitentes COLSUBSIDIO MAZUERA, en donde en su otro si No. 3, en el folio 761, se evidencia lo siguiente: en el Numeral 4.5 ACCIONES LEGALES, DEMANDAS Y PROCESOS el Fideicomitente (COLSUBSIDIO-MAZUERA) declara desconocer cualquier amenaza de litigios, Investigaciones, acciones legales o de procesos, INCLUYENDO RECLAMOS AMBIENTALES, por parte de o de autoridades judiciales, administrativas, arbitrales o agencias gubernamentales, que busquen restringir o prohibir la realización de las operaciones propias del objeto de este contrato. Es preciso aclarar que este otro si se firmó el 25 de abril de 2011, con pleno conocimiento y notificados (sic) el 22 de septiembre de 2010, por el juzgado 34 administrativo que inició este proceso; también notificados por la acción popular del señor Ramón Nonato Zapata de fecha 07 de enero de 2011, y además de las medidas cautelares por la CAR del 06 de enero de

2011.porque la super industria (sic) negó que existiera en el cuerpo de la acción popular
EXPEDIENTE: 25000-23-24-000-2011-00225-01, DEMANDANTE: Ramón Nonato.

“3) Porque (sic) la super industria (sic) niega que existe La solicitud de re ubicación (sic) de las familias en el proyecto demandado, expediente: 25000-23-24-000-2011-00225-01, si esta afirmación se encuentra en la primera página de la demanda en (sic) acción popular.

“4) porque (sic) la super intendencia (sic) sostiene y afirma que cualquier entidad o persona puede hacer uso de marca y nombre del acueducto de Bogotá, sin necesitar aprobación por parte de esta entidad distrital.

“5) De ser cierto el numeral anterior se exige a la super intendencia (sic) de industria y comercio pronunciarse oficialmente ante la procuraduría y la fiscalía para que cesen toda clase de investigaciones y sanciones penales en contra de personas que están vinculadas a denuncias por vender, comprar e instalar tapas del acueducto de Bogotá en Neiva y otros municipios.

“6) Se solicite se pronuncie si el urbanizador y comercializador pueden cambiar el proyecto, cuatro años después de vender los inmuebles en el mismo? (sic) Sustentar respuesta con sus bases jurídicas, y cuál es la actuación inmediata por parte de esta entidad de vigilancia y control. (sic)”

Es importante señalar que, con un concepto, no es posible que esta Entidad se pronuncie sobre situaciones particulares, ya que esto iría en contra de la garantía constitucional del debido proceso. En efecto, la Corte Constitucional explicó, en su Sentencia C-542 de 2005:

“Los conceptos emitidos por las entidades en respuesta a un derecho de petición de consulta no constituyen interpretaciones autorizadas de la ley o de un acto administrativo. No pueden reemplazar un acto administrativo. Dada la naturaleza misma de los conceptos, ellos se equiparan a opiniones, a consejos, a pautas de acción, a puntos de vista, a recomendaciones que emite la administración pero que dejan al administrado en libertad para seguirlos o no”.

Considerando lo anterior, únicamente se dará elementos conceptuales sobre las preguntas por usted planteadas.

Le informamos, de la misma manera, que no es competencia de esta Superintendencia verificar el cumplimiento de las normas de orden ambiental. En efecto, las funciones de esta Entidad se han delimitado en los Decretos 1074 de 2015 y 4886 de 2011. En el primero de estos cuerpos normativos, se establece:

"Artículo 1.2.1.2. DECRETO 1074 DE 2015.- SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO: Salvaguarda los derechos de los consumidores, protege la libre y sana competencia, actúa como autoridad nacional de la propiedad industrial y defiende los derechos fundamentales relacionados con la correcta administración de datos

personales."

De esta manera, la presente respuesta se limitará a responder las preguntas que se encuentren dentro del marco de estas funciones.

2. SOBRE LA INVESTIGACIÓN IDENTIFICADA CON EL RADICADO NO. 13-120645: RESPUESTA A LA PRIMERA, SEGUNDA Y TERCERA PREGUNTA

El 25 de noviembre de 2013, se informó a Julio Roberto Palacios que la averiguación preliminar iniciada con el radicado No. 13-120645 se daría por terminada, por considerarse que los hechos denunciados no configuraban una contravención de las normas sobre protección al consumidor.

En esta oportunidad, el denunciante había anunciado que se había ordenado la reubicación de los habitantes de un conjunto residencial construido por Colsubsidio, por haber presuntos problemas estructurales. Al verificar la información suministrada, se encontró que:

a) La acción popular señalada por el quejoso fue en realidad instaurada contra la Alcaldía del Municipio de Soacha y la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca (en adelante "CAR"), no contra la Caja Colombiana de Subsidio Familiar Colsubsidio. Se vinculó a este ente al proceso, lo que no implica que sea la demandada.

b) El fallo de primera instancia ordenó a la CAR dar aplicación al principio de precaución en materia de medio ambiente e iniciar el procedimiento administrativo para verificar si, con una determinada construcción, se infringieron las normas ambientales aplicables, y si el proyecto desarrollado en el Predio El Vínculo representa un peligro para los cuerpos de agua existentes en el mismo.

c) El fallo de segunda instancia se limitó a confirmar la decisión del a-quo.

Así, en relación con las preguntas por usted planteadas en los numerales 1, 2 y 3, se encuentra que:

a) Colsubsidio no fue demandado en los procesos por usted señalados; actuó en calidad de tercero.

b) Los fallos de los procesos por usted mencionados no contenían la orden de reubicar a los habitantes de la urbanización mencionada, según los hallazgos de esta Superintendencia.

Todos estos puntos se desarrollan con mayor profundidad en el documento de radicado 13-120625—46-0, que le fue oportunamente comunicado.

3. PROTECCIÓN DE MARCAS Y NOMBRES COMERCIALES: RESPUESTA A LAS PREGUNTAS CUARTA Y QUINTA

3.1 CONCEPTOS

Los conceptos de nombre comercial, enseña comercial y marca hacen referencia a bienes inmateriales; sin embargo, cada uno tiene características propias.

3.1.1 NOMBRES COMERCIALES Y ENSEÑAS COMERCIALES

En primer lugar, los nombres comerciales se encuentran definidos en el artículo 190 de la Decisión 486 de 2000 de la Comisión de la Comunidad Andina:

“ARTÍCULO 190. DECISIÓN 486 DE 2000.- Se entenderá por nombre comercial cualquier signo que identifique a una actividad económica, a una empresa, o a un establecimiento mercantil. Una empresa o establecimiento podrá tener más de un nombre comercial. Puede constituir nombre comercial de una empresa o establecimiento, entre otros, su denominación social, razón social u otra designación inscrita en un registro de personas o sociedades mercantiles. Los nombres comerciales son independientes de las denominaciones o razones sociales de las personas jurídicas, pudiendo ambas coexistir.”

Ya que un nombre de dominio es un modo de identificar y permitir el acceso a recursos disponibles en Internet, a través de los cuales puede llevarse a cabo una actividad comercial, y que cuando el nombre de dominio incluye elementos que pueden ser reconocidos por el público como indicación del origen de bienes o servicios o alusivos a una empresa específica, se puede decir que un nombre de dominio puede también actuar entonces como marca o nombre comercial.

La enseña comercial ha sido definida de la siguiente manera por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:

“La Decisión 486 no da ningún concepto sobre la enseña comercial, sin embargo, el Tribunal ha analizado el tema de la enseña comercial de manera independiente al del nombre comercial, y de esta manera sobre la base de la doctrina ha manifestado que 'La enseña comercial se ha entendido como aquel signo distintivo que se utiliza para identificar un establecimiento mercantil' (Pachón Muñoz, Manuel. “Manual de Propiedad Industrial”. Ed. Temis, Bogotá, Colombia, 1984, pág. 127).”[Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso número 162-IP-2012]

En relación con la diferencia entre la enseña comercial y el nombre comercial, dicho Tribunal ha considerado:

“Sin embargo, cabe aclarar que el nombre comercial y la enseña comercial no son lo mismo, pues el primero identifica la actividad comercial de un empresario determinado, mientras que el segundo identifica, únicamente, un establecimiento mercantil. Por lo que el Tribunal advierte que 'la intención del legislador fue diferenciar la figura del nombre comercial, de la del rótulo o enseña comercial; por tal motivo, introdujo dos Títulos diferentes, X y XI, para tratar las figuras de manera independiente. El legislador comunitario, incurrió en una imprecisión al extender el concepto de nombre comercial, tal

y como se determinó en el mencionado artículo 190'. (Proceso 96-IP-2009, publicado en la G.O.A.C. N° 1796 de 18 de enero de 2010, marca: SIPERTRIN CHEMOTECNICA denominativa).

"Pese a esta independencia conceptual de la enseña comercial, la Decisión 486 en su artículo 200 habla sobre la protección que se debe dar a la enseña comercial y de esta manera se entiende que dicha protección se regirá por las disposiciones relativas al nombre comercial." [Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso número 162-IP-2012]

El derecho a usar de manera exclusiva una enseña comercial y un nombre comercial se obtienen a través del uso. En relación con la manera de obtener la protección de éstos el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha manifestado:

"Este Órgano Jurisdiccional ha interpretado que la protección del nombre comercial puede derivar de su registro o de su uso efectivo. El Tribunal se ha pronunciado sobre la protección del nombre comercial en los términos siguientes:

"Por tanto, la obligación de acreditar un uso efectivo del nombre comercial se sustenta en la necesidad de fundamentar la existencia y el derecho de protección del nombre en algún hecho concreto, sin el cual no existiría ninguna seguridad jurídica para los competidores.

"En consecuencia, las normas aplicables a los nombres comerciales se aplican a las enseñas, por lo tanto, se puede entender que el derecho sobre la enseña se adquiere por el registro o por su uso efectivo.

"La legislación comunitaria, de acuerdo a lo previsto en el literal b) del artículo 136 de la Decisión 486, protege al nombre, a un rótulo o enseña comercial, prohibiendo el registro de marcas que sean idénticas o se les asemejen por la posibilidad de inducir al público consumidor a error.

"Esta causal de irregistrabilidad está destinada a evitar imitaciones o usurpación de nombres o enseñas comerciales, facultando a quien utilice o posea un nombre o enseña comercial protegidos a oponerse al registro de un signo confundible determinado.

"Conforme a la disposición establecida en el artículo 191 de la Decisión 486, el derecho exclusivo sobre un nombre comercial se adquiere por su primer uso en el comercio y termina cuando cesa el uso del nombre o cesan las actividades de la empresa o del establecimiento que lo usa; sin embargo, 'si la utilización personal, continua, real, efectiva y pública del nombre comercial ha sido posterior a la concesión de los derechos marcarios, éstos tendrán prevalencia sobre el uso del nombre comercial'.

"Quien alegue el uso anterior del nombre comercial deberá probar por los medios procesales al alcance de la justicia nacional, ya sea dentro de la etapa administrativa o en el ámbito jurisdiccional que el nombre ha venido siendo utilizado con anterioridad. La simple alegación del uso no habilita al poseedor del nombre comercial para hacer

prevalecer sus derechos. La facilidad de determinar el uso puede provenir de un sistema de registro o de depósito que sin ser esenciales para la protección, proporcionan por lo menos un principio de prueba en favor del usuario.” [Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso número 75-IP-2012]

El interesado podrá, si así lo desea depositar el nombre comercial o la enseña comercial ante la Superintendencia de Industria y Comercio. El depósito genera una presunción de uso del nombre comercial cuyo uso genera un derecho de exclusividad de propiedad industrial.

3.1.2 MARCAS

El artículo 134 de la Decisión 486 señala que la marca es cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado, y que sea susceptible de representación gráfica. Este artículo señala:

“ARTÍCULO 134. DECISIÓN 486 DE 2000.- A efectos de este régimen constituirá marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marcas los signos susceptibles de representación gráfica. La naturaleza del producto o servicio al cual se ha de aplicar una marca en ningún caso será obstáculo para su registro.

"Podrán constituir marcas, entre otros, los siguientes signos:

- a. "las palabras o combinación de palabras;
- b. "las imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos;
- c. "los sonidos y los olores;
- d. "las letras y los números;
- e. "un color delimitado por una forma, o una combinación de colores;
- f. "la forma de los productos, sus envases o envolturas;
- g. "cualquier combinación de los signos o medios indicados en los apartados anteriores.”

El fin último de la protección marcaría es garantizar que el consumidor o usuario medio identifique, valore y diferencie los productos, sin riesgo de confusión o error respecto del origen o la calidad del producto o servicio. Las marcas, pues, cumplen una función individualizadora: entre bienes o servicios del mismo género, especie o grupo. El empresario puede considerar suyo el producto o servicio que presta, y el consumidor puede exigir el producto o servicio que conoce, aprecia y busca, según la marca [Proceso 1-IP-87, marca: Volvo. Publicado en la Gaceta Oficial No. 28, el 15 de febrero de 1988]

El nombre comercial, la enseña comercial y la marca son bienes inmateriales sobre los cuales se pueden constituir derechos de exclusividad, objeto de protección por parte del régimen de propiedad industrial.

3.2 LA PROTECCIÓN DADA A MARCAS, NOMBRES Y ENSEÑAS COMERCIALES

Al contestar favor indique el número de radicación consignado en el sticker

Sede Centro: Carrera 13 No. 27-00 Pisos 1, 3, 5, 7 y 10
Call Center(571) 592 04 00. Línea gratuita Nacional 01800-910165
Web: www.sic.gov.co e-mail: contactenos@sic.gov.co
Bogotá D.C. - Colombia

El artículo 155 de la Decisión 486 de 2000 de la Comisión de la Comunidad Andina establece los derechos que concede el registro de una marca:

“ARTÍCULO 155. DECISIÓN 486 DE 2000.- El registro de una marca confiere a su titular el derecho a impedir a cualquier tercero realizar, sin su consentimiento, los siguientes actos:

“a) aplicar o colocar la marca o un signo distintivo idéntico o semejante sobre productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;

“b) Suprimir o modificar la marca con fines comerciales, después de que se hubiese aplicado o colocado sobre los productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre los productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;

“c) Fabricar etiquetas, envases, envolturas, embalajes u otros materiales que reproduzcan o contengan la marca, así como comercializar o detentar tales materiales;

“d) usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando tal uso pudiese causar confusión o un riesgo de asociación con el titular del registro. Tratándose del uso de un signo idéntico para productos o servicios idénticos se presumirá que existe riesgo de confusión;

“e) usar en el comercio un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando ello pudiese causar al titular del registro un daño económico o comercial injusto por razón de una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o por razón de un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o de su titular;

“f) usar públicamente un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida, aun para fines no comerciales, cuando ello pudiese causar una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o un aprovechamiento injusto de su prestigio”.

En relación con los literales e) y f) del citado artículo 155, la Decisión 486 de 2000 realiza un listado no taxativo de los actos que deben entenderse como de uso en el comercio respecto de la marca protegida:

“ARTÍCULO 156.- A efectos de lo previsto en los literales e) y f) del artículo anterior, constituirán uso de un signo en el comercio por parte de un tercero, entre otros, los siguientes actos:

“a) introducir en el comercio, vender, ofrecer en venta o distribuir productos o servicios con ese signo;

“b) importar, exportar, almacenar o transportar productos con ese signo; o,

“c) emplear el signo en publicidad, publicaciones, documentos comerciales o comunicaciones escritas u orales, independientemente del medio de comunicación empleado y sin perjuicio de las normas sobre publicidad que fuesen aplicables.”

Por remisión expresa de los artículos 192 y 200 de la Decisión 486, el artículo 155 se aplicará también a los nombres y a las enseñas comerciales, al indicar en el artículo 192 que “el titular de un nombre comercial podrá impedir a cualquier tercero usar en el comercio un signo distintivo idéntico o similar, cuando ello pudiere causar confusión o un riesgo de asociación con la empresa del titular o con sus productos o servicios.”, y si se trata de un nombre comercial notorio, cuando así mismo tal uso por parte del tercero “pudiera causarle un daño económico o comercial injusto, o implicara un aprovechamiento injusto del prestigio del nombre o de la empresa del titular.” El último inciso del artículo 192 de la Decisión 486 de 2000 estipula así mismo que los artículos 155, 156, 157 y 158 de la misma decisión relativos a las marcas comerciales, resultan aplicables al nombre comercial en cuanto corresponda.

En este orden de ideas, el titular de una marca registrada, de un nombre comercial y de una enseña comercial, usados de la manera como la jurisprudencia ha indicado, puede impedir el uso de otro signo –marca, nombre o enseña comercial- similarmente confundible con el suyo, para distinguir productos, servicios o actividades igualmente similares o relacionadas, cuando tal uso en el comercio cause confusión o riesgo de asociación entre el público consumidor.

Respecto a los conflictos que se pueden suscitar entre los diferentes signos distintivos –marcas, nombres comerciales y enseñas comerciales-, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha señalado:

“(…) debe haber sido usado con anterioridad a la solicitud de la marca en aplicación del principio de prioridad que rigurosamente debe registrar. Si la utilización personal, continua, real, efectiva y pública del nombre comercial ha sido posterior a la concesión de los derechos marcarios, éstos tendrán prevalencia sobre el uso del nombre comercial. Además, el uso del nombre no debe inducir al público a error, lo que significaría, aplicando las normas sobre marcas, que a más de que entre la marca y el nombre exista una identidad o semejanza, la confundibilidad no debe producirse en cuanto a los productos y servicios que la marca protege y la actividad que el nombre ampara.” [Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso número 03-IP-98.]

De esta forma, existiendo la posibilidad de confusión entre una marca y un nombre o una enseña comercial, es procedente la iniciación de acciones legales, en desarrollo de las cuales las partes intervinientes deben demostrar ante el juez competente tener un mejor derecho sobre el signo, lo cual, para el caso de los nombres comerciales, implica demostrar que se usó con anterioridad a la solicitud de registro de la marca, o al uso del nombre comercial o enseña comercial con los que tiene conflicto.

El derecho al uso exclusivo de una marca en Colombia se adquiere únicamente por el registro efectuado ante esta Superintendencia, el cual confiere a su titular el derecho a usar la marca exclusiva y excluyentemente, y con respecto a los productos indicados en

el título de registro. El registro de una marca podrá solicitarse en un solo expediente administrativo para distinguir productos y/o servicios comprendidos en diferentes clases de la Clasificación Internacional de Niza.

Así las cosas, no se puede hacer uso de un nombre comercial sin autorización de su titular.

4. LA INFORMACIÓN QUE SE DEBE DAR A LOS CONSUMIDORES: RESPUESTA A LA SEXTA PREGUNTA

El nuevo Estatuto del Consumidor señaló que una de sus finalidades es disminuir la asimetría existente entre la información con la que cuentan los productores y proveedores de los productos y los consumidores. En efecto, el numeral 2 del Artículo 1 de esta Ley dispone:

"Artículo 1°. Principios generales. Esta ley 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, en especial, lo referente a: [...]"

"2. El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas. [...]"

Por su parte, el numeral 1.3 del Artículo 3 de la misma ley establece:

"Artículo 3°.- Derechos y deberes de los consumidores y usuarios. Se tendrán como derechos y deberes generales de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de los que les reconozcan leyes especiales, los siguientes:

"1. Derechos

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

Catalina Salgado, en su escrito "Consideraciones sobre el deber precontractual de información y su particularidad en la relación de consumo", publicado en el libro "Perspectivas del Derecho de Consumo" [Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2013] explicó:

"[...] la función o ratio del deber de información no se presenta como un problema de protección 'pura' del 'consentimiento', a pesar de que con frecuencia, y por lo demás legítimamente [...] tendemos a verla en estos términos. [...] No es pues el consentimiento o la plenitud del consentimiento una 'rueda suelta', sino atada inexorablemente a la protección de la 'confianza' que un contratante puede poner en el otro [...] el desequilibrio de conocimiento genera la obligación a la parte enterada de informar sobre todas aquellas circunstancias que rodean al negocio y que la otra parte tiene interés en conocer, pero que ignora legítimamente por su condición social, económica, intelectual o

cultural. El contenido del deber se acota a lo que sea relevante y suficiente con miras a la toma de una decisión. La importancia de la cuestión radica para cuando la falta de información determinó el consentimiento, entendiéndose ello en el sentido de que lo que no ha sido revelado ejerció una influencia tal sobre el cocontratante que, de haber conocido la información que no le fue comunicada o falseada, no hubiera concluido el contrato, o lo habría hecho bajo otras condiciones, más favorables."

El artículo 23 de la Ley 1480 de 2011 establece la obligación de suministrar cierta información a los consumidores:

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

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

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

Así mismo, el artículo 24 de la Ley 1480 de 2011 establece cuál es el contenido de la información mínima a suministrar a los consumidores:

"Artículo 24.- CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN. La información mínima comprenderá:

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

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

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

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

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

"2. Información que debe suministrar el proveedor:

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

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

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

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

Para efectos del cumplimiento de las citadas disposiciones, el Capítulo Segundo del Título Segundo de la Circular Única de esta Entidad, establece que toda información que se suministre al consumidor:

"(...)sobre los componentes, propiedades, naturaleza, origen, modo de fabricación, usos, volumen, peso o medida, precios, forma de empleo, características, calidad, idoneidad y cantidad de los productos o servicios promovidos y de los incentivos ofrecidos, debe ser cierta, comprobable, suficiente y no debe inducir o poder inducir a error al consumidor sobre la actividad, productos y servicios y establecimientos."

De acuerdo con lo anterior, si la información que se brinda a los consumidores no cumple con los requisitos exigidos por la ley, habrá lugar a responsabilidad por parte de productor o proveedor a favor del consumidor, tal y como lo ha analizado la doctrina:

"En consecuencia, si la información que se suministra a los consumidores y usuarios resulta engañosa o insuficiente, por no ser cierta, completa, no ser comprobable, clara (esto es, por no ser legible a simple vista, por ejemplo), comprensible, precisa o idónea, el productor y el proveedor serán responsables de los daños que causen a sus consumidores y usuarios. Inclusive, la información falsa o insuficiente, podrá hacerlos responsables por los daños al medio ambiente, cuando estos se deriven de la inadecuada disposición de sus productos por parte de consumidores o usuarios por falta de información adecuada. Debe recordarse que al tener que ser verificable corresponde al productor o expendedor la carga de prueba de la certeza de información." [Giraldo López Alejandro, Caycedo Espinel Carlos Germán y Madriñán Rivera Ramón Eduardo, Comentarios al Nuevo Estatuto del Consumidor, Legis, Granada, 2012, páginas 200 y 201]

En la información que se dé en la etapa de preventas de proyectos inmobiliarios, se deberá informar el área privada construida, sin perjuicio de que se indiquen otras áreas, como el área privada libre o las áreas comunes de uso exclusivo. Lo anterior es, sin perjuicio de que éstas sufran modificaciones como consecuencia directa de modificaciones ordenadas por la curaduría o la alcaldía competente en la expedición de la licencia de construcción.

Así mismo, se deberá informar si el proyecto que se va a construir es o no por etapas, el valor aproximado de la cuota de administración de manera estimativa, es estrato socioeconómico que tendrá el inmueble (el cual podrá estar sujeto a modificación por parte del municipio o distrito), las características de las zonas de parqueo y, de manera general, las características de los muebles y equipos que se van a entregar y el tipo y calidad de los acabados.

A través de la Circular Única de la Entidad, en su Título II, se han impartido instrucciones respecto de la información que debe suministrarse a los consumidores de bienes inmuebles destinados a vivienda, en los siguientes términos:

“2.16.1 Deber de informar

“En la información que se brinde en la etapa de preventas en la sala de ventas y en los brochures o plegables que se utilicen para promover la venta de proyectos inmobiliarios, se deberá informar el área privada construida(1), sin perjuicio de que se indiquen otras áreas, como el área privada libre o las áreas comunes de uso exclusivo(2). Lo anterior sin perjuicio de que éstas puedan sufrir modificaciones como consecuencia directa de modificaciones ordenadas por la curaduría o la alcaldía competente en la expedición de la licencia de construcción.

“En caso de que no se identifique claramente el área que se está anunciando en la información o publicidad, se presumirá que es área privada construida.

“Cuando los parqueaderos de los propietarios estén ubicados en áreas comunes de uso exclusivo, se deberá informar a los consumidores que una vez constituida la propiedad horizontal, la asamblea de copropietarios, con la decisión de más del 70% del coeficiente de la copropiedad, podrá modificar la destinación de las áreas comunes de uso exclusivo.

“Así mismo, se deberá informar si el proyecto que se va a construir es o no por etapas, el valor aproximado de la cuota de administración de manera estimativa, el estrato socioeconómico que tendrá el inmueble (el cual podrá estar sujeto a modificación por parte del respectivo municipio o distrito), las características de las zonas de parqueo y, de manera general, las características de los muebles y equipos que se van a entregar y el tipo y calidad de los acabados.

“En caso de que el proyecto se realice por etapas, deberá indicar claramente qué zonas comunes se entregarán con cada etapa y el estimado de cuándo se desarrollarán las etapas posteriores, sin perjuicio de que las fechas propuestas varíen.”

“(1) Ley 675 de 2001, artículo 3: "Área privada construida: Extensión superficiaria cubierta de cada bien privado, excluyendo los bienes comunes localizados dentro de sus linderos, de conformidad con las normas legales."

“(2) Ídem, artículo 22: "Bienes comunes de uso exclusivo. Los bienes comunes no necesarios para el disfrute y goce de los bienes de dominio particular, y en general, aquellos cuyo uso comunal limitaría el libre goce y disfrute de un bien privado, tales como terrazas, cubiertas, patios interiores y retiros, podrán ser asignados de manera exclusiva a los propietarios de los bienes privados que por su localización puedan disfrutarlos.

“Los parqueaderos de visitantes, accesos y circulaciones y todas las zonas comunes que

por su naturaleza o destino son de uso y goce general, como salones comunales y áreas de recreación y deporte, entre otros, no podrán ser objeto de uso exclusivo.

“Los parqueaderos destinados a los vehículos de los propietarios del edificio o conjunto podrán ser objeto de asignación al uso exclusivo de cada uno de los propietarios de bienes privados de manera equitativa, siempre y cuando dicha asignación no contraríe las normas municipales y distritales en materia de urbanización y construcción.”

La Circular es clara en determinar la forma y los mecanismos mediante los cuales debe brindarse información sobre el área privada construida, sin que se entienda que la obligación debe limitarse a tales medios, es decir, establece que, en materia de información, como mínimo, se suministre en la etapa de preventas en la sala de ventas y en los brochures o plegables. De la misma manera, contempla que esa información pueda llegar a incluir otras áreas. La información puede ser modificada cuando sea ordenado por la curaduría o la alcaldía competente en la expedición de la licencia de construcción.

En caso de cambiar las características del producto, se le debe informar al consumidor sobre estos cambios. De esta manera, el consumidor podrá determinar si desea resolver el contrato o seguir ejecutándolo.

En caso de que no sea así como proceda el productor, el consumidor podrá iniciar una acción para que se le indemnicen los perjuicios causados, o interponer queja o denuncia en caso de que los daños generados hubieren afectado a la comunidad en general.

Si requiere mayor información sobre el desarrollo de nuestras funciones y sobre las normas objeto de aplicación por parte de esta entidad, puede consultar nuestra página de Internet www.sic.gov.co.

Atentamente,

WILLIAM ANTONIO BURGOS DURANGO
JEFE OFICINA ASESORA JURÍDICA

Elaboró: Natalia Fernández
Revisó: William A. Burgos
Aprobó: William A. Burgos