

Bogotá D.C.,

10

Respetado(a) Señor (a):

[Datos personales eliminados en virtud de la Ley 1581 de 2012]

Asunto: Radicación: 17- 255967 - 1
Trámite: 113
Evento: 0
Actuación: 440

Reciba cordial saludo.

De conformidad con lo previsto en el artículo 28 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, Ley 1437 de 2011, fundamento jurídico sobre el cual se funda la consulta objeto de la solicitud, procede la **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO** a emitir un pronunciamiento sobre cada uno de los interrogantes, así como poner de presente algunas consideraciones.

1. OBJETO DE LA CONSULTA

Atendiendo a la solicitud por usted radicada ante esta Entidad el 04 de julio de 2017 en el cual formula varios interrogantes en materia de protección al consumidor, los cuales serán respondidos más adelante, previo de las siguientes consideraciones:

2. CUESTIÓN PREVIA

Reviste de gran importancia precisar en primer lugar que la **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO** a través de su Oficina Asesora Jurídica no le asiste la facultad de dirimir situaciones de carácter particular, debido a que, una lectura en tal sentido, implicaría la flagrante vulneración del debido proceso como garantía constitucional.

Al respecto, la Corte Constitucional ha establecido en la 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”.¹

Ahora bien, una vez realizadas las anteriores precisiones, se suministrarán las herramientas de información y elementos conceptuales necesarios que le permitan absolver las inquietudes por usted manifestadas, como sigue:

3. FACULTADES DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

De acuerdo con las atribuciones conferidas por mandato legal a esta Superintendencia, en particular por el Decreto 4886 de 2011, corresponde a esta entidad, entre otras funciones, velar por el cumplimiento de las normas sobre protección del consumidor, sobre protección de la competencia, administrar el sistema nacional de la propiedad industrial, así como tramitar y decidir los asuntos relacionados con la misma, y conocer y decidir los asuntos jurisdiccionales en materia de protección del consumidor y competencia desleal.

4. FACULTADES DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

De acuerdo con el Decreto 4886 de 2011, la Superintendencia de Industria y Comercio en materia de protección al consumidor cuenta con las siguientes funciones:

- Velar por el cumplimiento de las normas sobre protección al consumidor, en particular, las contenidas en la Ley 1480 de 2011 y las demás que regulan los temas concernientes a la calidad, la idoneidad y las garantías de los bienes y servicios, así como por la verificación de la responsabilidad por el incumplimiento de las normas sobre información veraz y suficiente e indicación pública de precios, fijar términos de garantía, entre otras.
- Vigilar, en los términos establecidos en la ley, la observancia de las disposiciones sobre protección a suscriptores, usuarios y consumidores de los servicios de telecomunicaciones.
- Velar por el cumplimiento de los reglamentos técnicos sometidos a su vigilancia y control.

¹ Corte Constitucional, Sentencia C-542 de 2005.



- Vigilar a los operadores y fuentes de información financiera, crediticia, comercial y de servicios y la proveniente de terceros países con idéntica naturaleza, conforme a la ley de Habeas Data (Ley 1266 de 2008).
- En facultades jurisdiccionales puede conocer y decidir los asuntos de protección del consumidor contenidos en el Art. 145 de la Ley 446 de 1998.

5. INFORMACIÓN

A este respecto, la Ley 1480 de 2011, que es el Estatuto para la Protección de los Consumidores, establece a la información como un derecho general de los consumidores.

“ARTÍCULO 3o. DERECHOS Y DEBERES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS. *Se tendrán como derechos y deberes generales de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de los que les reconozcan leyes especiales, los siguientes:*

“1. Derechos:

“(…)

“1.3. Derecho a recibir información: Obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos.”²

En relación con la información que debe suministrarse a los consumidores respecto de un bien o servicio, el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011 dispone:

“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.*

² Ley 1480 de 2011, artículo 3, numeral 1.3.



“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.”³

La norma genera la obligación de entregar información a los consumidores en todos los casos. Dicha información debe ser clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea, esto encaminado a que los consumidores dispongan de todos los instrumentos necesarios que le hagan posible la decisión de compra contando con una ilustración mínima.

Respecto del contenido de la información, el artículo 24 de la norma en cita establece:

“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.

³ Ley 1480 de 2011, artículo 23.



“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.”⁴

La citada norma establece obligaciones tanto para el productor como para el proveedor del producto (bien o servicio). Para el productor se generan las obligaciones de indicar las instrucciones que hacen posible la utilización y conservación del bien, así como, en el evento de que aplique, la cantidad, el peso o el volumen. Lo mismo ocurre con la fecha de vencimiento, en caso de ser procedente.

Otra de las obligaciones que se indican es la de suministrar las especificaciones del bien o servicio, palabra que viene del verbo especificar que, acorde con la real academia de la lengua española se refiere a *“explicar, declarar con individualidad algo”*, es decir, aplicando el concepto al producto en el mercado, se referiría a las características generales del producto, las cuáles sirven para distinguirlo de otro.

Resumiendo, toda información que se suministre al consumidor debe ser clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea, acorde con los parámetros señalados.

6. RESPUESTA A CADA UNO DE SUS INTERROGANTES

“1. El numeral 3º del artículo 1º de la Ley 1480 de 2011 -Estatuto del Consumidor- establece:

Artículo 1º. 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:

“[...]”

“3. La educación del consumidor.

Con base en esta norma, se pregunta: ¿Dentro de la educación del consumidor debe entenderse comprendida la información sobre los componentes de un producto, bien o servicio?”

RESPUESTA

Los principios en los cuales se fundamenta la Ley 1480 de 2011 se encuentran consignados en el artículo 1 de dicha norma, los cuales son:

⁴ Ley 1480 de 2011, artículo 24.



- Protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad.
- Acceso de los consumidores a información que les permita tomar decisiones fundamentadas.
- Educación del consumidor.
- Libertad para conformar organizaciones de consumidores y oportunidad para que dichas organizaciones opinen cuando se trate de la adopción de decisiones que los puedan afectar.
- Protección especial de los niños, niñas y adolescentes como consumidores.

Así mismo, en adición a los principios consagrados en el artículo en mención, el derecho del consumo cuenta con unos principios que se fundamentan en el artículo 78 de la Constitución Política:

“Principios que se pueden resumir así: el rango constitucional de la protección al consumidor, el doble carácter – individual y colectivo- del derecho de protección al consumidor, la asimetría de condiciones y en consecuencia el mismo carácter tutelar de sus normas, la responsabilidad de mercado y la responsabilidad sin culpa, el criterio subjetivo – consumidor final que satisface necesidades personales- como factor que define el ámbito de aplicación, integridad de la protección, en cuanto cobija lo sustantivo, lo procedimental y lo participativo – carácter poliédrico- y aplicación general a todos los sectores de la economía.”⁵

En ese sentido, se entiende que este el principio a que hace referencia la norma que usted transcribe está desarrollada más adelante en el artículo 3, donde enuncia los derechos de los consumidores, definiendo el derecho a la educación:

“ARTÍCULO 3o. DERECHOS Y DEBERES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS. Se tendrán como derechos y deberes generales de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de los que les reconozcan leyes especiales, los siguientes:

“1. Derechos:

“(…”

“1.11. Derecho a la educación: Los ciudadanos tienen derecho a recibir educación sobre los derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas.”⁶

La educación al consumidor, en ese contexto, está referida al derecho que tiene el consumidor de saber cuales son sus derechos y cuales con las maneras hacerlos efectivos.

⁵ Giraldo López Alejandro, Caycedo Espinel Carlos Germán y Madriñán Rivera Ramón Eduardo, Comentarios al Nuevo Estatuto del Consumidor, Legis, Primera Edición, 2012, páginas 4 y 5.

⁶ Ley 1480 de 2011, artículo 3, numeral 1.11.



La información sobre los componentes del productos guarda relación con la información que debe suministrarse a los consumidores, tal y como se expuso en el numeral 5 del presente documento.

“2. En relación con el artículo 3.1.10 de la Ley 1480 de 2011 -Estatuto del Consumidor- el cual establece:

“1.10. Derecho a informar: Los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas tendrán acceso a los medios masivos de comunicación, para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores.

“Con base en esta norma, se pregunta:

“a. ¿Dentro de los “derechos de los consumidores” se encuentra que las organizaciones o las autoridades públicas brinden información sobre los componentes de los productos, bienes o servicios?

RESPUESTA

Los derechos de los consumidores están consagrados en el artículo 3 de la Ley 1480 de 2011.

“ARTÍCULO 3o. DERECHOS Y DEBERES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS. Se tendrán como derechos y deberes generales de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de los que les reconozcan leyes especiales, los siguientes:

“1. Derechos:

“1.1. Derecho a recibir productos de calidad: Recibir el producto de conformidad con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado.

“1.2. Derecho a la seguridad e indemnidad: Derecho a que los productos no causen daño en condiciones normales de uso y a la protección contra las consecuencias nocivas para la salud, la vida o la integridad de los consumidores.

“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.

“1.4. Derecho a recibir protección contra la publicidad engañosa.

“1.5. Derecho a la reclamación: Reclamar directamente ante el productor, proveedor o prestador y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos, así como tener acceso a las autoridades judiciales o administrativas para el mismo propósito, en los términos de la presente ley. Las reclamaciones podrán efectuarse personalmente o mediante representante o apoderado.

“1.6. Protección contractual: Ser protegido de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, en los términos de la presente ley.



“1.7. Derecho de elección: Elegir libremente los bienes y servicios que requieran los consumidores.

“1.8. Derecho a la participación: Organizarse y asociarse para proteger sus derechos e intereses, elegir a sus representantes, participar y ser oídos por quienes cumplan funciones públicas en el estudio de las decisiones legales y administrativas que les conciernen, así como a obtener respuesta a sus peticiones.

“1.9. Derecho de representación: Los consumidores tienen derecho a hacerse representar, para la solución de las reclamaciones sobre consumo de bienes y servicios, y las contravenciones a la presente ley, por sus organizaciones, o los voceros autorizados por ellas.

“1.10. Derecho a informar: Los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas tendrán acceso a los medios masivos de comunicación, para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores.

“1.11. Derecho a la educación: Los ciudadanos tienen derecho a recibir educación sobre los derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas.

“1.12. Derecho a la igualdad: Ser tratados equitativamente y de manera no discriminatoria.”⁷

A este respecto la doctrina ha señalado:

“El numeral 1 del artículo 3º del nuevo Estatuto del Consumidor contiene un catálogo de doce derechos de los consumidores y usuarios, que incluyen los contemplados en el artículo 1º del mismo Estatuto. El Decreto Ley 3466 de 1982 no contenía un catálogo expreso de derechos del consumidor.

“Catálogos de derechos de los consumidores se han postulado en distintos escenarios, de los cuales podemos destacar los siguientes: los propuestos por J.F. Kennedy en su famoso discurso del 15 de marzo de 1962, en el mensaje al Congreso de los Estados Unidos de América; el recomendado por la Organización de las Naciones Unidas en su Resolución 39/248 del 16 de abril de 1985 y, el del Tratado de la Unión Europea, que relaciona los derechos de los consumidores que la Unión contribuirá a proteger. En la Ley 1480 de 2011 se recogen, con su propia formulación, los derechos contenidos en los textos señalados.”⁸

Visto lo anterior, es estricto sentido, quienes tienen la obligación de informar sobre los componentes de los productos que se encuentran en el mercado son los productores y proveedores de productos.

⁷ Ley 1480 de 2011, artículo 3.

⁸ Giraldo López Alejandro, Caycedo Espinel Carlos Germán y Madriñán Rivera Ramón Eduardo, Comentarios al Nuevo Estatuto del Consumidor, Legis, Primera Edición, 2012.



De todas maneras, el Estado puede regular cuales con los mínimos de información que cada agente del mercado debe suministrar a los consumidores, lo cual puede realizar a través de leyes, decretos, reglamentos técnicos y demás actos administrativos emanados de las autoridades competentes.

“b. ¿Quiénes son los destinatarios del artículo 3.1.10 de la Ley 1480 de 2011?”

“c. ¿Los canales de televisión, emisoras radiales y periódicos son destinatarios del artículo 3.1.10 de la Ley 1480 de 2011?”

RESPUESTA

En respuesta a estos dos interrogantes (b y c), debemos puntualizar que de manera clara la norma por usted transcrita señala que los destinatarios son “*los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas*”, a quienes corresponde educar, divulgar e informar a los consumidores sobre sus derechos.

“d. ¿La norma transcrita obliga a que los canales privados de televisión transmitan campañas para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores?”

RESPUESTA

Frente a cuestionamiento, siguiendo el hilo conceptual de lo expuesto, tenemos que la Ley 182 de 1995, “*Por la cual se reglamenta el servicio de la televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforman la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones*”, señala:

“ARTICULO 51. De la protección al usuario y al consumidor. Los espacios de televisión asignados actualmente en las cadenas 1, A, 3 y en los Canales Regionales a las Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas por la ley, se mantendrán de manera permanente, a fin de que dichas organizaciones presenten programas institucionales de información a la ciudadanía, relacionados con sus derechos y mecanismos de protección.

“En ningún caso se permitirá realizar proselitismo político, ni destacar la gestión de determinadas personas en dichos espacios. La violación a la presente prohibición dará lugar a la revocación de la autorización para utilizar el espacio. En casos de pluralidad de solicitudes para la emisión de programas institucionales, la Comisión Nacional de Televisión determinará el reparto de espacios entre ellas teniendo en cuenta el volumen de afiliados que agrupe cada organización, de suerte que la



representación se otorgará a la organización de consumidores que reúna el mayor número de afiliados.”⁹

Igualmente, en el artículo 55 de la misma normativa, señala:

“ARTICULO 55. Obligatoriedad de dedicar tiempo de programación a temas de interés público. *Los canales nacionales, regionales, zonales y locales de televisión estarán obligados a dedicar un porcentaje de su tiempo a temas de interés público. El cubrimiento de éstos debe hacerse con criterio de equidad, en el sentido de que, en éste, se provea igualdad de oportunidades para la presentación de puntos de vista contrastantes. La Comisión Nacional de Televisión reglamentará los términos para el cumplimiento de la obligación prevista en el presente artículo.*

“Modificado por el art. 12, Ley 335 de 1996 Los concesionarios o los operadores de espacios de televisión a nivel zonal, regional o local o los contratistas de los mismos, según reglamentación de la Comisión Nacional de Televisión, dentro de los tres (3) meses siguientes a la expedición de la presente Ley, crearán de manera permanente y en horarios de alta audiencia los espacios institucionales para la promoción de la unidad familiar y del civismo, la educación para luchar contra el consumo de droga, las asociaciones de consumidores y los espacios gubernativos, la Procuraduría General de la Nación, la Defensoría del Pueblo y los noticieros y avances informativos del Congreso.”¹⁰

Por su parte, Ley 1480 de 2011, frente a la garantía de educación de los consumidores, señala:

“ARTÍCULO 81. *En concordancia con el artículo 78 de la Constitución Política, el Gobierno Nacional garantizará la participación de las ligas y asociaciones de consumidores en la reglamentación de la presente ley.*

“Para promover el desarrollo económico y social se apoyará, con recursos técnicos y financieros, la creación de las asociaciones y ligas de consumidores, el fortalecimiento del Consejo Nacional de Protección al Consumidor y la creación de los consejos departamentales y municipales de protección al consumidor; se garantizarán los derechos a la representación, a la protección, a la educación, a informar en sus medios de comunicación y ser informados, a la indemnización, a la libre elección de bienes y servicios y a ser oídos por los poderes públicos, preservando los espacios consagrados en la Constitución y las leyes en defensa de los consumidores. De igual forma, las entidades del Estado propenderán por la aplicación de la Ley 1086 de 2006.

⁹ Ley 182 de 1995, artículo 51.

¹⁰ Ley 182 de 1995, artículo 55.



“PARÁGRAFO. Los espacios de mensajes institucionales destinados para la difusión de los derechos de los consumidores deberán tener un trato preferencial por las autoridades de regulación, otorgando espacios especiales de alta audiencia dentro de la parrilla de programación. En ningún caso podrán ser tratados con menores condiciones de favorabilidad que los demás mensajes institucionales creados por la Ley 182 de 1995.” (subraya fuera de texto) ¹¹

El control y vigilancia de estas obligaciones legales corresponde a la Autoridad Nacional de Televisión, tal y como lo dispone la Ley 1507 de 2012, en su artículo 3:

“Artículo 3°. Funciones de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV). De conformidad con los fines y principios establecidos en el artículo 2° de la Ley 182 de 1995, la ANTV ejercerá las siguientes funciones, con excepción de las consignadas en los artículos 10, 11, 12, 13, 14 y 15 de la presente ley:

“(…);

“e) Sancionar cuando haya lugar a quienes violen con la prestación del servicio público de televisión, las disposiciones constitucionales y legales que amparan específicamente los derechos de la familia y de los niños;

“(…)”¹²

Mediante las herramientas descritas se garantiza el acceso a la televisión a efectos de educar a los consumidores. La Confederación Colombiana de Consumidores y esta Superintendencia tienen en estos momentos espacios en la televisión nacional encaminados a la divulgación y educación en relación con los derechos de los consumidores.

“e. ¿Los canales privados de televisión, tras el pago de un precio están obligados a transmitir campañas para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores? Si no es así ¿Cuál es el sentido del supuesto del artículo 3.1.10 de ley 1480 de 2011 que establece “tendrán acceso a los medios masivos de comunicación”?”

RESPUESTA

Ahora bien, aquí debemos tener en cuenta que el país existe libertad contractual. Al respecto, la Corte Constitucional ha precisado:

“En razón a que el contrato constituye uno de los principales instrumentos en la circulación de bienes y servicios, así como para contraer derechos y obligaciones económicas, debe entenderse que la libertad de

¹¹ Ley 1480 de 2011, artículo 81.

¹² Ley 1507 de 2012, en su artículo 3:



contratación es un elemento propio de la libertad de empresa, que se encuentra protegido constitucionalmente.”¹³

Así las cosas, los temas referidos a un contrato se rigen por la autonomía de la voluntad privada, es decir, que puede ser pactado o acordado por las partes al momento de la celebración de un contrato¹⁴, siendo ellas las que determinen el contenido y alcance del mismo.

Sin perjuicio de lo anterior es preciso señalar que la libertad de contratación, al igual que todos los derechos y libertades dentro del marco de un Estado Social de Derecho, no es absoluta sino que se encuentra limitada por los derechos de los demás y por la prevalencia del interés general¹⁵, y por las normas de orden público, entre ellas, las relacionadas con la protección del consumidor y con la protección de la competencia¹⁶.

En este orden de ideas, bajo el principio de la libertad contractual, las personas pueden celebrar los contratos que deseen, en los términos y condiciones que libremente pacten, siempre y cuando no vayan en contra de la constitución, la ley y las buenas costumbres.

Asunto diferente será el relacionado con una eventual violación las normas que garantizan los espacios institucionales establecidos en la televisión nacional para la “educación” de los consumidores frente a sus derechos y la forma de hacerlos efectos. Al efecto deberá acudir ante la Autoridad Nacional de Televisión, por la competente para ello.

f. ¿Las campañas que se desarrollen con base en el artículo 3.1.10 pueden ser consideradas como campañas publicitarias o propaganda comercial?

g. Si en la respuesta anterior, se concluye que las campañas desarrolladas en virtud del artículo 3.1.10 no pueden ser consideradas como campaña publicitaria o propaganda comercial, entonces se pregunta

¿Cuál es la naturaleza jurídica de las campañas desarrolladas con base en el artículo 3.1.10?

RESPUESTA

La publicidad es definida en el numeral 12 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011, de la siguiente manera:

¹³ Corte Constitucional, sentencia C-535 de 1997. M.P. Eduardo Cifuentes Muñoz.

¹⁴ Código Civil, artículo 1602: “*Todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes, y no puede ser invalidado sino por su consentimiento mutuo o por causas legales.*”

¹⁵ Constitución Política, artículo 1

¹⁶ Corte Constitucional, sentencia C-093 de 1996. M.P. Hernando Herrera Vergara: “*Los derechos no se conciben en forma absoluta, sino por el contrario, están limitados en su ejercicio para no afectar otros derechos y propender por la prevalencia del interés general. De esta manera, el legislador en aras de proteger el derecho que le asiste a la colectividad, puede limitar su acceso y prestación (...)*”



"Toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo."¹⁷

Al respecto se ha pronunciado la Corte Constitucional, mediante Sentencia C-524 del 16 de noviembre de 1995, con ponencia del Honorable Magistrado Carlos Gaviria Díaz, además de referirse a la finalidad de la publicidad o propaganda comercial, y los límites de ésta con respecto al consumidor, así:

"El empresario o productor busca mediante la propaganda anunciar el artículo o servicio informando al público ciertos datos relacionados con la clase de producto, la calidad del mismo, sus ventajas o beneficios, usos, utilidad, etc., y de esta manera influir en la conciencia de las personas a quienes se dirige, para que adquieran el artículo o utilicen el servicio ofrecido y, como lo afirman los especialistas, incrementar de este modo las ventas y obtener mayores ganancias.

"La publicidad permite que la persona se forme una opinión, y será ella quien, autónoma e independientemente, decida si compra el artículo o utiliza el servicio ofrecido. Pues, como lo afirmó la Corte en la sentencia C-560 de 1994, M.P. José Gregorio Hernández Galindo: "Debe reconocerse, por tanto, que el empresario, lícitamente interesado en comercializar sus productos o en obtener usuarios para sus servicios, está en libertad de ofrecerlos y que, cuando lo hace, no por eso viola los derechos fundamentales del receptor de la oferta. Este tiene, claro está, la libertad de aceptarla, rechazarla o ignorarla, quedando a salvo de todo peligro de ser forzado a celebrar un negocio jurídico que no le interesa".
¹⁸

Será publicidad todo aquello que cumpla con los objetivos señalados en la ley y la jurisprudencia. Dentro de este contexto debemos señalar que no es viable para esta Oficina mediante concepto entrar a determinar cuál es la naturaleza de supuesto descrito en su comunicación (literales f y g), pues ello solo sería posible dentro de una investigación que al respecto se adelante dentro del marco de nuestras atribuciones.

"h. ¿Existen límites legales para campañas radiales y televisivas que sin fines comercial (si no con fines de educación al consumidor) informen sobre el contenido nutricional de los alimentos procesados?"

"i. Si existen dichos límites ¿Cuáles son los límites legales para informar sobre el contenido de alimentos procesados?"

RESPUESTA

¹⁷ Ley 1480 de 2011, artículo 5, numeral 12.

¹⁸ Corte Constitucional, Sentencia C-524 del 16 de noviembre de 1995, ponencia Magistrado Carlos Gaviria Díaz.



Como se ha expuesto, no es competencia de esta Superintendencia pronunciarse sobre este particular. Asunto diferente son las obligaciones de información mínima, las cuales ya han sido expuestas en el presente concepto.

“j. Finalmente solicito que sean entregados todos los desarrollos institucionales (actos administrativos, documentos técnicos, cartillas, instructivos, recomendaciones, resoluciones, conceptos, doctrina, jurisprudencia, etc.) que tenga la Dirección Nacional de Protección al Consumidor o la Superintendencia de Industria y Comercio, sobre el artículo 3.1.10.

RESPUESTA

A este respecto que informamos que la Entidad cuenta con una moderna y actualizada página web (www.sic.gov.co), en la cual usted podrá encontrar toda los desarrollos - conceptos de interés general emitidos por la Oficina Jurídica, estudios, resoluciones y circulares - que han efectuado las diferentes dependencias de la Entidad en relación con los temas que son de nuestra competencia.

En ese orden de ideas, esperamos haber atendido satisfactoriamente su consulta, reiterándole que la misma se expone bajo los parámetros del artículo 28 de la ley 1437 de 2011, esto es, bajo el entendido que las mismas no comprometen la responsabilidad de esta Superintendencia ni son de obligatorio cumplimiento ni ejecución.

Atentamente,

JAZMIN ROCIO SOACHA PEDRAZA
JEFE OFICINA ASESORA JURÍDICA

Elaboró: José González
Revisó: Rocío Soacha
Aprobó: Rocío Soacha

