



**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO**

RESOLUCIÓN NÚMERO 26282 DE 2020

(4 de junio de 2020)

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

Radicación N° 20-79254

LA DIRECTORA DE INVESTIGACIONES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

En ejercicio de sus facultades legales en especial las conferidas en el Decreto 4886 de 2011, y en las Leyes 1437 y 1480 de 2011 y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que la Constitución Política de Colombia, estable en su artículo 2°, como fin esencial del Estado, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los derechos de los consumidores:

*“**ARTICULO 2o. Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo.**”*

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

SEGUNDO: Que el artículo 78 de la Carta Política de 1991, otorga rango superior a los derechos de los consumidores, al señalar:

*“**ARTICULO 78. La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.**”*

Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.”
(Negrilla y subrayado fuera del texto original).

TERCERO: Que el artículo 333 de la Constitución Política de 1991, establece que, si bien la actividad económica y la iniciativa privada son libres, su ejercicio debe realizarse dentro de los límites del bien común, al tener la empresa una función social que implica obligaciones, de conformidad con el modelo de economía social de mercado, adoptado por la Carta Política:

*“**ARTICULO 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común.** Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.*

(...)

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

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

(...). (Negrilla y subrayado fuera del texto original).

CUARTO: Que así mismo, el artículo 366 de la Constitución Política de Colombia estableció como finalidades del Estado, el bienestar general de la población, indicando:

“ARTICULO 366. El bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población son finalidades sociales del Estado. Será objetivo fundamental de su actividad la solución de las necesidades insatisfechas de salud, de educación, de saneamiento ambiental y de agua potable.

(...). (Negrilla y subrayado fuera del texto original).

QUINTO: Que el artículo 12 del Decreto 4886 de 2011, establece, dentro de las funciones de la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor la siguiente:

“ARTÍCULO 12. FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. Son funciones de la Dirección de Investigación de Protección al Consumidor:

1. **Decidir y tramitar las investigaciones administrativas que se inicien de oficio o a solicitud de parte por presunta violación a las disposiciones vigentes sobre protección al consumidor cuya competencia no haya sido asignada a otra autoridad,** e imponer de acuerdo con el procedimiento aplicable las medidas y sanciones que correspondan de acuerdo con la ley, así como por inobservancia de órdenes e instrucciones impartidas por la Superintendencia.

(...)

13. **Las demás que le sean asignadas y que correspondan a la naturaleza de la dependencia.**
(Negrilla y subrayado fuera del texto original).

SEXTO: Que los artículos 1° y 2° de Ley 1480 de 2011, “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”, consagran los principios orientadores de la materia y su objeto, así:

“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:

1. **El acceso a los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas.**

(...)

ARTÍCULO 2. Objeto. Las normas de esta ley regulan los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores **y la responsabilidad de los productores y proveedores tanto sustancial como procesalmente.**

Las normas contenidas en esta ley son aplicables en general a las relaciones de consumo y a la responsabilidad de los productores y proveedores frente al consumidor en todos los sectores de la economía respecto de los cuales no exista regulación especial, evento en el cual aplicará la regulación especial y suplementariamente las normas establecidas en esta Ley.

Esta ley es aplicable a los productos nacionales e importados. (Negrilla y subrayado fuera del texto original).

SÉPTIMO: Que el artículo 4° de la Ley 1480 de 2011, establece el carácter de orden público de las normas contenidas en el Estatuto del Consumidor, de la siguiente manera:

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

“ARTÍCULO 4o. CARÁCTER DE LAS NORMAS. *Las disposiciones contenidas en esta ley son de orden público. Cualquier estipulación en contrario se tendrá por no escrita, salvo en los casos específicos a los que se refiere la presente ley.*

(...)

Las normas de esta ley deberán interpretarse en la forma más favorable al consumidor. En caso de duda se resolverá en favor del consumidor.”

OCTAVO: Que la Ley 1480 de 2011 –Estatuto del Consumidor-, en su artículo 3°, numerales 1.1, 1.2 y 1.3., define los derechos de los consumidores a recibir productos de calidad, a la seguridad e indemnidad y a recibir información, de la siguiente manera:

“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:

1.1. **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.**

(...)

1.3 **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.

1.5 **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.

(...)”. (Negrilla y subrayado fuera del texto original).

NOVENO: Que en los numerales 1°, 3°, 4°, 6°, 7°, 8°, 11 y 16 del artículo 5° de la Ley 1480 – Estatuto del Consumidor –, se encuentran definidos los siguientes conceptos:

“ARTÍCULO 5. Definiciones. *Para los efectos de la presente ley, se entiende por:*

(...)

1. **Calidad:** *Condición en que un producto cumple con las características inherentes y las atribuidas por la información que se suministre sobre él.*

(...)

3. **Consumidor o usuario.** *Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario.*

4. **Contrato de adhesión:** *Aquel en el que las cláusulas son dispuestas por el productor o proveedor, de manera que el consumidor no puede modificarlas, ni puede hacer otra cosa que aceptarlas o rechazarlas.*

(...)

6. **Idoneidad o eficiencia:** *Aptitud del producto para satisfacer la necesidad o necesidades para las cuales ha sido producido o comercializado.*

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

(...)

7. Información: *Todo contenido y forma de dar a conocer la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad, y toda otra característica o referencia relevante respecto de los productos que se ofrezcan o pongan en circulación, así como los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización.*

8. Producto: *Todo bien o servicio.*

(...)

11. Proveedor o expendedor: *Quien de manera habitual, directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos con o sin ánimo de lucro.*

(...)

16. Ventas a distancia: *Son las realizadas sin que el consumidor tenga contacto directo con el producto que adquiere, que se dan por medios, tales como correo, teléfono, catálogo o vía comercio electrónico.”*

DÉCIMO: En referencia a la calidad de los productos y servicios, el artículo 6 del Estatuto del Consumidor, dispone:

“ARTÍCULO 6. Calidad, idoneidad y seguridad de los productos. *Todo productor debe asegurar la idoneidad y seguridad de los bienes y servicios que ofrezca o ponga en el mercado, así como la calidad ofrecida. En ningún caso estas podrán ser inferiores o contravenir lo previsto en reglamentos técnicos y medidas sanitarias o fitosanitarias.*

El incumplimiento de esta obligación dará lugar a:

- 1. Responsabilidad solidaria del productor y proveedor por garantía ante los consumidores.*
- 2. Responsabilidad administrativa individual ante las autoridades de supervisión y control en los términos de esta ley.*
- 3. Responsabilidad por daños por producto defectuoso, en los términos de esta ley. (...).”*

DÉCIMO PRIMERO: Respecto a la información mínima que se debe suministrar a los consumidores, el artículo 23 del Estatuto del Consumidor, 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. (...).”*

DÉCIMO SEGUNDO: Que en relación con las compras que se realizan a través de comercio electrónico, el artículo 50, del Estatuto del Consumidor, establece, entre otras, las siguientes obligaciones por parte de los proveedores:

“ARTÍCULO 50. *Sin perjuicio de las demás obligaciones establecidas en la presente ley, los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos, deberán:*

(...)

b) Suministrar en todo momento información cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada respecto de los productos que ofrezcan. En especial, deberán indicar sus características y propiedades tales como el tamaño, el peso, la medida, el material del que está fabricado, su naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad, la cantidad, o cualquier otro factor pertinente, independientemente que se acompañen de imágenes, de tal forma que el consumidor pueda hacerse una representación lo más aproximada a la realidad del producto.

También se deberá indicar el plazo de validez de la oferta y la disponibilidad del producto. En los contratos de tracto sucesivo, se deberá informar su duración mínima.

Cuando la publicidad del bien incluya imágenes o gráficos del mismo, se deberá indicar en qué escala está elaborada dicha representación.

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

c) Informar, en el medio de comercio electrónico utilizado, los medios de que disponen para realizar los pagos, el tiempo de entrega del bien o la prestación del servicio, el derecho de retracto que le asiste al consumidor y el procedimiento para ejercerlo, y cualquier otra información relevante para que el consumidor pueda adoptar una decisión de compra libremente y sin ser inducido en error.

Igualmente deberá informar el precio total del producto incluyendo todos los impuestos, costos y gastos que deba pagar el consumidor para adquirirlo. En caso de ser procedente, se debe informar adecuadamente y por separado los gastos de envío.

(...)

h) Salvo pacto en contrario, el proveedor deberá haber entregado el pedido a más tardar en el plazo de treinta (30) días calendario a partir del día siguiente a aquel en que el consumidor le haya comunicado su pedido.

En caso de no encontrarse disponible el producto objeto del pedido, el consumidor deberá ser informado de esta falta de disponibilidad de forma inmediata.

En caso de que la entrega del pedido supere los treinta (30) días calendario o que no haya disponible el producto adquirido, el consumidor podrá resolver o terminar, según el caso, el contrato unilateralmente y obtener la devolución de todas las sumas pagadas sin que haya lugar a retención o descuento alguno. La devolución deberá hacerse efectiva en un plazo máximo de treinta (30) días calendario.

(...)”.

DÉCIMO TERCERO: Que en relación con la reversión del pago, el artículo 51, de la misma norma, establece lo siguiente:

“ARTÍCULO 51. Reversión Del Pago. *Cuando las ventas de bienes se realicen mediante mecanismos de comercio electrónico, tales como Internet, PSE y/o call center y/o cualquier otro mecanismo de televenta o tienda virtual, y se haya utilizado para realizar el pago una tarjeta de crédito, débito o cualquier otro instrumento de pago electrónico, los participantes del proceso de pago deberán reversar los pagos que solicite el consumidor cuando sea objeto de fraude, o corresponda a una operación no solicitada, o el producto adquirido no sea recibido, o el producto entregado no corresponda a lo solicitado o sea defectuoso.*

Para que proceda la reversión del pago, dentro los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha en que el consumidor tuvo noticia de la operación fraudulenta o no solicitada o que debió haber recibido el producto o lo recibió defectuoso o sin que correspondiera a lo solicitado, el consumidor deberá presentar queja ante el proveedor y devolver el producto, cuando sea procedente, y notificar de la reclamación al emisor del instrumento de pago electrónico utilizado para realizar la compra, el cual, en conjunto con los demás participantes del proceso de pago, procederán a reversar la transacción al comprador.

En el evento que existiere controversia entre proveedor y consumidor derivada de una queja y esta fuere resuelta por autoridad judicial o administrativa a favor del proveedor, el emisor del instrumento de pago, en conjunto con los demás participantes del proceso de pago, una vez haya sido notificado de la decisión, y siempre que ello fuere posible, cargará definitivamente la transacción reclamada al depósito bancario o instrumento de pago correspondiente o la debitará de la cuenta corriente o de ahorros del consumidor, y el dinero será puesto a disposición del proveedor. De no existir fondos suficientes o no resultar posible realizar lo anterior por cualquier otro motivo, los participantes del proceso de pago informarán de ello al proveedor, para que este inicie las acciones que considere pertinentes contra el consumidor. Si la controversia se resuelve a favor del consumidor, la reversión se entenderá como definitiva.

Lo anterior, sin perjuicio del deber del proveedor de cumplir con sus obligaciones legales y contractuales frente al consumidor y de las sanciones administrativas a que haya lugar. En caso de que la autoridad judicial o administrativa determine que hubo mala fe por parte del consumidor, la Superintendencia podrá imponerle sanciones de hasta cincuenta (50) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Lo anterior, en consonancia con los lineamientos contemplados en los artículos 2.2.2.51.1., 2.2.2.51.2. y 2.2.2.51.3 del Decreto 1074 de 2015, a través de los cuales se reglamenta lo concerniente a la reversión de pago, en donde se indica lo siguiente:

"ARTÍCULO 2.2.2.51.1. Objeto y ámbito de aplicación. *El presente capítulo tiene como objeto reglamentar las condiciones y el procedimiento para la reversión de los pagos solicitada por los consumidores según lo previsto en el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011, cuando la adquisición de*

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

los bienes o servicios se hubiere realizado a través de mecanismos de comercio electrónico y, para tal efecto, se hubiere utilizado tarjetas de crédito, débito o cualquier otro instrumento de pago electrónico.

La reversión de los pagos de que trata el presente capítulo no procede cuando hayan sido realizados por medio de canales presenciales.

Parágrafo 1. *Las disposiciones previstas en el presente capítulo solo tendrán efectos para las operaciones en las cuales el productor o expendedor y la entidad emisora del instrumento de pago electrónico se encuentren domiciliados en Colombia.*

Parágrafo 2. *Las disposiciones contenidas en el presente capítulo no son aplicables a las relaciones de consumo respecto de las cuales exista regulación especial en materia de reversión de pagos.*

"ARTÍCULO 2.2.2.51.2. Reversión del pago en la venta de productos. *Cuando la adquisición de productos se realice mediante mecanismos de comercio electrónico tales como internet, PSE, Call Center o cualquier otro mecanismo de televenta o tienda virtual, y se haya utilizado para realizar el pago una tarjeta de crédito, débito o cualquier otro instrumento de pago electrónico, los participantes del proceso de pago deberán reversar los pagos que solicite el consumidor en cualquiera de los siguientes casos:*

(...)

- 2. Cuando el producto adquirido no sea recibido.*
- 3. Cuando el producto entregado no corresponda a lo solicitado, no cumpla con las características inherentes o las atribuidas por la información que se suministre sobre él.*
- 4. Cuando el producto entregado se encuentre defectuoso”.*

"ARTÍCULO 2.2.2.51.3. Reversión parcial. *Cuando la adquisición corresponda a varios productos, el consumidor podrá solicitar la reversión parcial del pago de aquellos respecto de los cuales se presente alguno de los eventos mencionados en el artículo anterior. El consumidor deberá expresar de manera clara cuál es el valor por el cual se solicita la reversión, el cual deberá corresponder al valor del producto o productos respecto de los cuales se presenta la causal."*

DÉCIMO CUARTO: En atención a la declaración de Emergencia en Salud Pública con ocasión de la pandemia por Coronavirus realizada por la Organización Mundial de la Salud (OMS), el 30 de enero del año en curso, el Ministerio de Salud y Protección Social profirió la Resolución 385 del 12 de marzo de 2020 mediante la cual declaró la emergencia sanitaria en todo el territorio nacional, con el fin de prevenir y controlar la propagación del COVID-19 y mitigar sus efectos; emergencia prorrogada hasta el 31 de agosto de 2020, mediante Resolución 844 de 26 de mayo de 2020.

De otra parte, el Gobierno Nacional expidió el Decreto 457 de 2020 ordenando el aislamiento preventivo obligatorio para toda la población en el marco de la emergencia sanitaria por causa del Coronavirus COVID-19, a partir de las cero horas (00:00 a.m.) del día 25 de marzo de 2020, hasta las cero horas (00:00 a.m.) del día 13 de abril de 2020, determinando en su artículo 3, treinta y cuatro (34) excepciones, dentro de las que se contempla la restricción a la libre circulación para varios sectores. Posteriormente el Gobierno Nacional, debido al progresivo incremento de contagios y muertes ocasionadas por el Covid-19, ha ido ampliando sucesivamente la medida de aislamiento preventivo obligatorio, y actualmente, se encuentra vigente el Decreto 749 del 28 de mayo de 2020, mediante el cual se amplía el Aislamiento Preventivo Obligatorio de los colombianos hasta el 1 de julio, en el marco de la Emergencia Sanitaria y como medida para prevenir, contener y mitigar los efectos del covid-19 en el país.

DÉCIMO QUINTO: Que con ocasión al contexto particular, suscitado por la emergencia sanitaria declarada en todo el territorio nacional; los Ministros de Salud y de Protección Social, del Trabajo, de Comercio, Industria y Turismo y, de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; expidieron la Circular 015 de 2020, publicada en el Diario Oficial No. 51.284 del 13 de abril de 2020, dirigida a: *“Empresas proveedores u operadores de los sectores de comercio, industria y turismo, y especial acento para empresas proveedoras de servicios de domicilios, de mensajería y los operadores de plataformas digitales relacionadas”*, con el asunto: *“Medidas sanitarias preventivas y de mitigación para los Sectores de Comercio, Industria y Turismo, y de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con medidas específicas para empresas proveedoras del servicio de domicilios, de mensajería y los operadores de plataformas digitales relacionadas”*.

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

Así las cosas, los numerales 1 y 2.5 de dicha circular, prevén recomendaciones para las empresas con el fin de garantizar la continuidad del negocio y prevenir que los productos que son despachados a domicilio sean contaminados, de la siguiente manera:

(...)

1. Recomendaciones generales para las empresas.

-Asegurar que se cumplan en tiempo real las disposiciones y recomendaciones de las autoridades respecto a los sectores económicos a los que pertenezcan, incluyendo las referidas a los medios de transporte autorizados y las medidas de inocuidad que se determinen.

-Asegurarse que se cumplan las obligaciones como empleador, según sea el caso, teniendo en cuenta los ajustes que pueden darse en la coyuntura.

-Coordinar con las entidades y empresas prestadoras de salud y Administradoras de Riesgos Laborales, para que realicen apoyo en la prevención, detección y seguimiento al estado de salud del personal asociado a la actividad, incluyendo estrategias y orientación sobre identificación de casos sospechosos de Covid- 19, en consonancia con las normativas y circulares del Ministerio del Trabajo y del Ministerio de Salud y Protección Social.

-Establecer responsables directos de la implementación del protocolo y un punto focal de comunicación con las autoridades locales y nacionales. Todas las empresas deben implementar auditorías del cumplimiento del mismo, en concordancia con las medidas del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo y en coordinación con las Administradoras de Riesgos Laborales.

-Se recomienda a todas las empresas, contar con un plan de continuidad del negocio, en donde se prevean los diferentes escenarios de crisis y las opciones de operación en cada uno de ellos, que incluyan:

- **Alianzas con pares para establecer aprovechamiento de canales de distribución.**
- **Crear un plan de choque de abastecimiento local y llegada de nuevos clientes a nivel nacional.**

1.1.1. Protocolos específicos para empresas de domicilios, mensajería y los operadores de plataformas digitales relacionadas.

Revisar las orientaciones para prevenir, controlar y mitigar la exposición al Coronavirus (COVID-19), dirigida a usuarios, personas, trabajadores, personas que ejercen su actividad económica a través de plataformas en servicios a domicilio, propietarios y administradores de establecimientos que prestan y usan servicios domiciliarios publicadas por el Ministerio de Salud y Protección Social, y el Ministerio del Trabajo.

(...)

2.5. Manipulación de insumos y productos.

Asegurar que el proveedor de insumos y productos se ajuste con los protocolos establecidos por las autoridades sanitarias, con el fin de evitar la propagación del COVID -19, y se comprometa a entregar los productos debidamente desinfectados, en la medida de lo posible. Establecer un protocolo de limpieza y desinfección de los productos a la hora de recibirlos de los proveedores y entregarlos a los clientes. Garantizar condiciones de calidad e higiene durante su almacenamiento.

El movimiento de productos entre personas se debe realizar sin contacto físico. Los productos deben ser dejados en un punto de trabajo o mesa para ser recogidos por el cliente o responsable del siguiente proceso.

Para productos terminados, se recomienda utilizar sellos resistentes a la manipulación o doble bolsa para garantizar que no haya contaminación de los mismos.

(...)”. (Negrilla y subrayado fuera del texto original).

DÉCIMO SEXTO: Que la inobservancia a las disposiciones legales mencionadas del Estatuto del Consumidor, trae como consecuencia las sanciones contempladas en su artículo 61 de la Ley 1480

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

de 2011, así:

*“(…) **Artículo 61. Sanciones.** La Superintendencia de Industria y Comercio podrá imponer, previa investigación administrativa, las sanciones previstas en este artículo por inobservancia de las normas contenidas en esta ley, de reglamentos técnicos, de normas de metrología legal, de instrucciones y órdenes que imparta en ejercicio de las facultades que le son atribuidas por esta ley, o por no atender la obligación de remitir información con ocasión de alguno de los regímenes de control de precios:*

- 1. Multas hasta por dos mil (2.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes al momento de la imposición de la sanción.*
- 2. Cierre temporal del establecimiento de comercio hasta por 180 días;*
- 3. En caso de reincidencia y atendiendo a la gravedad de las faltas, cierre definitivo del establecimiento de comercio o la orden de retiro definitivo de una página web portal en Internet o del medio de comercio electrónico utilizado;*
- 4. Prohibición temporal o definitiva de producir, distribuir u ofrecer al público determinados productos. El productor podrá solicitar a la autoridad competente, el levantamiento de esta sanción previa la demostración de que ha introducido al proceso de producción las modificaciones que aseguren el cumplimiento de las condiciones de calidad e idoneidad;*
- 5. Ordenar la destrucción de un determinado producto, que sea perjudicial para la salud y seguridad de los consumidores.*
- 6. Multas sucesivas hasta de mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, por inobservancia de órdenes o instrucciones mientras permanezca en rebeldía.*

Cuando se compruebe que los administradores, directores, representantes legales, revisores fiscales, socios, propietarios u otras personas naturales han autorizado o ejecutado conductas contrarias a las normas contenidas en la presente ley, se les podrán imponer multas hasta por trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales vigentes al momento de la imposición de la sanción y la prohibición de ejercer el comercio hasta por cinco (5) años, contados a partir de la ejecutoria de la sanción. (...)”

DÉCIMO SÉPTIMO: Que en atención a la averiguación preliminar adelantada por la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor dentro del radicado N° 20-79254, se recaudó información que permite advertir presuntas conductas vulneradoras a los derechos de los consumidores por parte de **FALABELLA DE COLOMBIA S.A.**, identificada con Nit. 900.017.447-8, razón por la cual, resulta necesario adoptar medidas pertinentes y conducentes que permitan evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores, como consecuencia de sus especiales condiciones de vulnerabilidad psicológica y económica debido a la emergencia sanitaria suscitada por el Covid-19.

DÉCIMO OCTAVO: CONSIDERACIONES DE LA DIRECCIÓN.

18.1 Acerca de la facultad de la Superintendencia de Industria y Comercio para impartir órdenes administrativas.

Frente a las órdenes administrativas, es pertinente señalar que Jaime Orlando Santofimio Gamboa en su obra *“Aproximaciones a los procedimientos administrativos en la Ley 1480 de 2011. El Estatuto del Consumidor y sus relaciones con la Ley 1437 de 2011, Código de Procedimiento Administrativo y Contencioso Administrativo”*¹, señala que la imposición de órdenes que hacen parte de las facultades administrativas, buscan hacer **efectivas** las disposiciones constitucionales y legales, para lo cual, esta Superintendencia debe dirigir sus actuaciones en el marco de las garantías legales a la protección de los consumidores, interviniendo en el ejercicio de las actividades económicas o de derechos, a través de órdenes o medidas preventivas, así como también intervenir mediante la imposición de sanciones, como se lee a continuación:

“10. De conformidad con lo dispuesto en los artículos 59 y 62 de la Ley 1480 de 2011, a la Superintendencia de Industria y Comercio, como a los alcaldes, [se les otorgan] precisas facultades administrativas de ordenación, o de otrora policía administrativa, esto es de control y vigilancia con la finalidad de hacer efectiva la preceptiva constitucional de protección al consumidor. El ejercicio de estas atribuciones conlleva la expresa facultad discrecional de imponer las sanciones administrativas que correspondan a los infractores de la ley, las cuales deben imponerse previo cumplimiento de las garantías constitucionales.

¹ SANTOFIMIO GAMBOA, Jaime Orlando. “Aproximaciones a los procedimientos administrativos en el Ley 1480 de 2011. El Estatuto del Consumidor y sus relaciones con la Ley 1437 de 2011 Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, en PERSPECTIVAS DEL DERECHO DEL CONSUMO (Compilación). Universidad Externado de Colombia. Bogotá. 2013. Pp 251-597.

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

(...)

Se entiende entonces al poder administrativo del Estado Colombiano, con las potestades y facultades necesarias, en los términos de las normas imperativas superiores (principio de legalidad), para ordenar las actividades privadas en aras de la preservación de los intereses de la comunidad. El ejercicio de la actividad ordenadora de la administración, en este sentido, tiene la particularidad de incidir en la vida social, económica, política y civil de los particulares, esto es, de todas las actividades o derechos que eventualmente afecten su vida en comunidad.

(...)

Bajo este marco conceptual y de ejercicio de la moderna actividad ordenadora de la administración (o si se quiere, dentro del contexto clásico del poder de policía [...]) obtiene sus bases en el Derecho colombiano, la actividad de la Superintendencia de Industria y Comercio. Frente a este conjunto de limitaciones y ordenaciones de los intereses y derechos de los particulares, a las autoridades competentes les corresponde actuar de manera previa, mantener la limitación o permitir el ejercicio de la actividad o del derecho o simplemente sancionar a los infractores².³

Así mismo, es preciso señalar que, frente al desarrollo de las facultades de inspección, vigilancia y control, el Consejo de Estado ha expuesto lo siguiente:

“(...) Las superintendencias, entonces, tienen a su cargo el ejercicio de una modalidad de la policía administrativa cual es la función de inspección, vigilancia y control de diversos ámbitos de actividad de las personas, en los precisos términos dispuestos por la ley o por la correspondiente delegación o desconcentración de funciones originariamente atribuidas al Presidente de la República, legalmente autorizadas (...)”⁴.

Así pues, ante la posibilidad o la vulneración del interés general, el Estado puede intervenir de manera legítima en el actuar de los particulares, limitando algunos derechos de índole individual, mediante el ejercicio de las facultades de inspección, vigilancia y control, asunto frente al cual, la Corte Constitucional, ha señalado que:

“(...) Las funciones de inspección, vigilancia y control se caracterizan por lo siguiente: (i) la función de inspección se relaciona con la posibilidad de solicitar y/o verificar información o documentos en poder de las entidades sujetas a control, (ii) la vigilancia alude al seguimiento y evaluación de las actividades de la autoridad vigilada, y (iii) el control en estricto sentido se erige en la facultad de impartir órdenes administrativas orientadas a evitar que se produzcan daños o perjuicios a los consumidores por la violación de las normas relativas a su protección”⁵.

De igual modo, se hace necesario señalar que en el numeral 9º del artículo 59 de la Ley 1480 de 2011, se encuentra la facultad con la que cuenta esta Autoridad para ordenar medidas a fin de evitar daños a los consumidores, como un instrumento legítimo y que hace parte de la potestad sancionatoria a cargo del Estado.

Así pues, la norma en comento establece que *“(...) la Superintendencia de Industria y Comercio tendrá las siguientes facultades administrativas en materia de protección al consumidor, las cuales ejercerá siempre y cuando no hayan sido asignadas de manera expresa a otra autoridad (...) 9. Ordenar las medidas necesarias para evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores por la violación de normas sobre protección al consumidor”*.

En ese orden de ideas, y en ejercicio de las facultades de inspección, vigilancia y control, esta Superintendencia como autoridad en materia de protección al consumidor, con la finalidad de proteger a los consumidores y evitar que se les cause un perjuicio, puede impartir órdenes administrativas con fundamento en el Estatuto del Consumidor en aras de garantizar la protección del interés general.

² 6 RIVERO, JEAN. Derecho Administrativo. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Universidad Central, 1984, pp.458 y ss. En lo nacional puede consultarse, RODRÍGUEZ, LIBARDO. Derecho Administrativo. General y Colombiano. Temis. Bogotá, 2005, p. 494.”

³ SANTOFIMIO GAMBOA, JAIME ORLANDO. Aproximaciones a los procedimientos administrativos en la Ley 1480 de 2011. El Estatuto del Consumidor y sus relaciones con la Ley 1437 de 2011, Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, en PERSPECTIVAS DEL DERECHO DEL CONSUMO (compilación). Universidad Externado de Colombia. Bogotá. 2013. Pp. 538 a 542.

⁴ Consejo de Estado. Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Tercera. Subsección A. C.P. Mauricio Fajardo Gómez. 3 de octubre de 2012.

⁵ Corte Constitucional. Sentencia C-570 de 2012. M.P. Jorge Ignacio Pretelt Chaljub.

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

18.2 Presuntas vulneraciones a los derechos de los consumidores en las que, al parecer, está incurriendo FALABELLA DE COLOMBIA S.A., a través de su tienda virtual www.falabella.com.co.

Que con ocasión al estado de emergencia sanitaria decretada por el Gobierno Nacional, para atender las consecuencias derivadas de la llegada del Coronavirus COVID-19 a Colombia, y la imposición del aislamiento obligatorio y el distanciamiento social, como medidas orientadas a prevenir o mitigar el riesgo de contagio; se restringieron las formas tradicionales de comercio, lo que incrementó la demanda de compras a través de métodos no tradicionales o a distancia.

Esta circunstancia, modificó el comportamiento de los consumidores, quienes para garantizar el aprovisionamiento de bienes de diferente índole, de acuerdo a sus necesidades particulares, han migrado a los canales de venta virtuales de productores y proveedores, lo cual también ha cobrado importancia en el contexto actual de la pandemia, ya que se ha incrementado la demanda de elementos necesarios para el desarrollo de diferentes actividades en casa, como son el teletrabajo, las actividades escolares, las actividades deportivas y de esparcimiento, entre otros.

De igual manera, se destaca que, como consecuencia de la incertidumbre generada por la pandemia, los consumidores se encuentran en un estado de mayor vulnerabilidad psicológica y económica, lo que ha desencadenado el aprovechamiento de algunos productores o comercializadores que con el despliegue de conductas prohibidas en las normas de protección al consumidor, han afectado la confianza de los consumidores respecto a las marcas que incurren en dichas prácticas.

En el caso de la referencia, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, bajo radicado No. 20-79254-0, recibió el 5 de abril de 2020 una queja contra FALABELLA DE COLOMBIA S.A., por el presunto incumplimiento en la calidad de la prestación del servicio de posventa, incumplimiento de los tiempos de entrega y de la devolución de dineros, cuyos hechos fueron narrados así: *“El pasado 24 de marzo compré vía electrónica unos artículos deportivos, señalando la fecha de entrega en un plazo de 5 a 7 días, siendo la fecha máxima estimada el 05/04/2020; esto fue lo aceptado al momento de realizar la contratación electrónica .2. Posterior a la contratación electrónica, llega un correo electrónico confirmando que el Número de orden es 1372715604 y modificaron unilateralmente la fecha de entrega en un rango de entrega entre el 30/04/2020 y el 04/05/2020.3. Que Falabella incurre en fallas de información y publicidad engañosa, porque uno como cliente basa su decisión de compra en las condiciones iniciales ofrecidas de plazo de entrega, si desde un inicio dijeran que la fecha de entrega es el rango del 30/04/2020 y el 04/05/2020, no habría hecho la compra, pero unilateralmente con posterioridad Falabella hace de forma abusiva el cambio sin consultar al cliente.4. Me comuniqué con la línea de servicio al cliente informando esta novedad/queja y me dieron como número de radicación 1-81971638705, solicite el reembolso y me dicen que dura 30 días hábiles, lo cual resulta un total abuso y por ello finalmente decidí continuar con la compra, prácticamente obligan al cliente a mantenerse en la contratación.5. La excusa del cambio de fecha es la situación actual del COVID, pero si saben y tienen claro que no pueden entregar en un tiempo corto deberían reflejarlo así mismo en su plataforma, para que el cliente se informe y se dé cuenta que el Tiempo de entrega es más largo y tome la decisión de compra de manera consciente y no engañado por Falabella que luego unilateralmente cambia las condiciones, le falta coherencia a Falabella. Esto se convierte en un engaño para los consumidores y uno solo ve que Falabella quiere asegurar ventas con fechas falsas de entrega. Esta denuncia es por publicidad engañosa e información falsa.”*

Que como consecuencia de las numerosas quejas y reclamos por parte de los consumidores expresados en redes sociales contra FALABELLA DE COLOMBIA S.A., la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, los días 15 y 20 de mayo de 2020, bajo los números de radicado No. 20-79254-4 y 20-79254-6, practicó dos visitas administrativas de inspección a la página web <https://www.falabella.com.co/falabella-co/>, y a los perfiles oficiales de las redes sociales de la citada sociedad.

Que evaluada la información recaudada en averiguación preliminar, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, advierte presuntas fallas en la información suministrada al momento de la compra, así como en la calidad del servicio de posventa y atención al cliente, debido a presuntos incumplimientos en los tiempos de entrega y las aparentes fallas que se han presentado en la atención al cliente, a través de los canales dispuestos para recibir las peticiones, quejas y reclamos, que al

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

parecer no estarían prestando un adecuado servicio.

18.2.1 Respetto de la calidad de la prestación del servicio de posventa:

Además, de la denuncia previamente referenciada, en curso de las funciones de inspección y vigilancia ejercidas por esta Superintendencia, en la red social Twitter, en el perfil @Falabella-co, se identificaron los siguientes etiquetas o *hashtags* #NoMasAbusosEnFalabella, #falabellanocumple, #falabellapesimoservicio, en ocasiones utilizadas por los consumidores ante la frustración que estarían presentando con el servicio de posventa de la investigada; en las publicaciones se observa que, al parecer la investigada no da cumplimiento a la entrega de los productos adquiridos por los consumidores en los términos contratados, se evidencia una modificación unilateral por la investigada en los tiempos de entrega informados, cancelaciones, o incluso, aparecen los productos como entregados, cuando según los consumidores, no los han recibido.

A lo anterior se suma que, en algunos casos, los consumidores habrían recibido el producto adquirido en malas condiciones o con los respectivos empaques manipulados o violentados, incluso vacíos. Esta conducta en particular, suscita preocupación respecto de la seguridad, salud y vida de los consumidores en los actuales momentos de pandemia, máxime cuando diferentes Autoridades se han manifestado acerca de las medidas que deben tomar las empresas a fin de evitar la propagación del Coronavirus Covid – 19. Es así como, por ejemplo en la Circular 015 de 2020, publicada en el Diario Oficial No. 51.284 del 13 de abril de 2020, dirigida a: “Empresas proveedores u operadores de los sectores de comercio, industria y turismo, y especial acento para empresas proveedoras de servicios de domicilios, de mensajería y los operadores de plataformas digitales relacionadas”, con el asunto: “Medidas sanitarias preventivas y de mitigación para los Sectores de Comercio, Industria y Turismo, y de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con medidas específicas para empresas proveedoras del servicio de domicilios, de mensajería y los operadores de plataformas digitales relacionadas”, en cuyo numeral 2.5, se estipula que: “Asegurar que el proveedor de insumos y productos se ajuste con los protocolos establecidos por las autoridades sanitarias, con el fin de evitar la propagación del COVID -19, y se comprometa a entregar los productos debidamente desinfectados, en la medida de lo posible (...) y que **Para productos terminados, se recomienda utilizar sellos resistentes a la manipulación o doble bolsa para garantizar que no haya contaminación de los mismos.**(...)”.

Algunas de estas publicaciones se reproducen a continuación a manera de ilustración:

Imagen No. 1 perfil de Twitter @Falabella_co (min 07 seg 06)



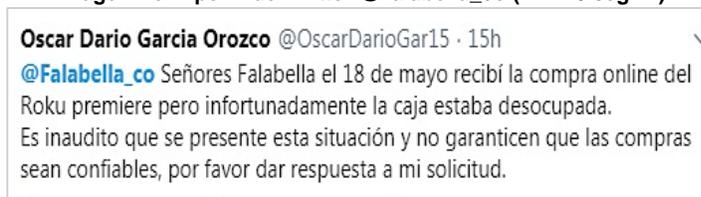
Imagen No. 2 perfil de Twitter @Falabella_co (min 07 seg 50)



Imagen No. 3 perfil de Twitter @Falabella_co (min 10 seg 09)



Imagen No. 4 perfil de Twitter @Falabella_co (min 10 seg 27)



“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

Imagen No. 5 perfil de Twitter @Falabella_co (min 10 seg 27)



Imagen No. 6 perfil de Twitter @Falabella_co (min 10 seg 28)



Imagen No. 7 perfil de Twitter @Falabella_co (min 10 seg 40)



Imagen No. 8 perfil de Twitter @Falabella_co (min 12 seg 00)



Imagen No. 9 perfil de Twitter @Falabella_co (min 20 seg 35)



Imagen No. 10 perfil de Twitter @Falabella_co (min 14 seg 36)



Imagen No. 11 perfil de Twitter @Falabella_co (min 12 seg 43)



Imagen No. 12 perfil de Facebook (min 33 seg 00)



18.2.2 Respeto de la calidad en la prestación del servicio de atención al cliente:

Como agravante de esta situación suscitada en tiempos de emergencia sanitaria suscitada por la

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

llegada del coronavirus Covid-19, presuntamente, los canales de atención al cliente de FALABELLA DE COLOMBIA S.A., al parecer no estarían funcionando adecuadamente. De acuerdo a la información en la página web, el servicio de atención al cliente es prestado a través de la línea de atención, asistente virtual y correo electrónico; sin embargo, de lo informado por los consumidores a través de las publicaciones efectuadas en las redes sociales, al momento de llamar a la línea de atención telefónica, al parecer, no se responden las llamadas, hay demoras prolongadas para atenderlas o se presentan cortes súbitos en la comunicación. De igual manera, se presentarían fallas con la asistente virtual “Paula”, cuya capacidad de respuesta sería limitada, así como ausencia de respuesta a los correos electrónicos enviados por los consumidores.

Por lo tanto, aparentemente FALABELLA DE COLOMBIA S.A., no estaría permitiendo que los consumidores hagan reclamaciones y devoluciones en los mismos términos y por los mismos medios de la transacción original, tal y como lo establece el numeral 2 del artículo 46 de la Ley 1480 de 2011.

Lo anterior, podría constituir un obstáculo para la efectividad del derecho a la reclamación, consignado en el numeral 1.5 del artículo 3 de la Ley 1480 de 2011, el cual contempla que los consumidores tienen derecho a reclamar ante el proveedor y obtener reparación integral, oportuna y adecuada por los daños que hayan podido sufrir con ocasión a la compra.

Algunas de las publicaciones que reflejan las posibles fallas de calidad en el servicio al cliente, se extrajeron de la visita de inspección adelantada por esta Dirección a las diferentes redes sociales de Falabella, a través de radicado 20-79254-6, de los cuales se reproducen a modo de ilustración, los siguientes:

Imagen No. 13 perfil de Twitter @Falabella_co (min 06 seg 45)



Imagen No. 14 perfil de Twitter @Falabella_co (min 06 seg 45)



Imagen No. 15 perfil de Twitter @Falabella_co (min 07 seg 26)



Imagen No. 16 perfil de Twitter @Falabella_co (min 08 seg 29)

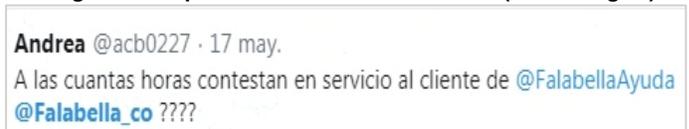


Imagen No. 17 perfil de Twitter @Falabella_co (min 21 seg 53)

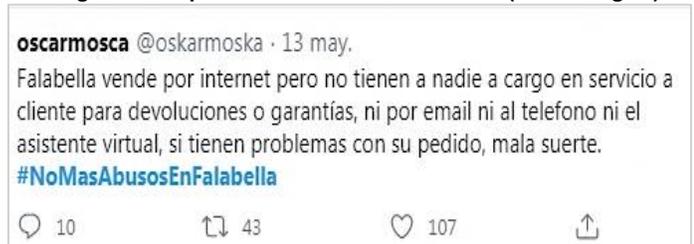


Imagen No. 18 perfil de Twitter @Falabella_co (min 12 seg 15)



Imagen No. 19 perfil de Facebook (min 30 seg 35)

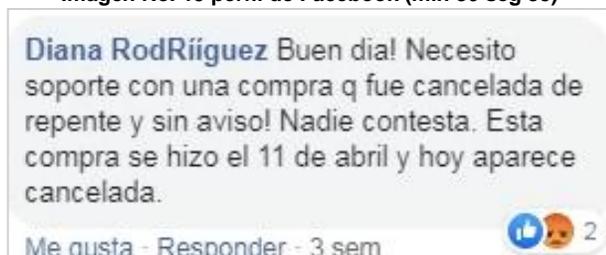
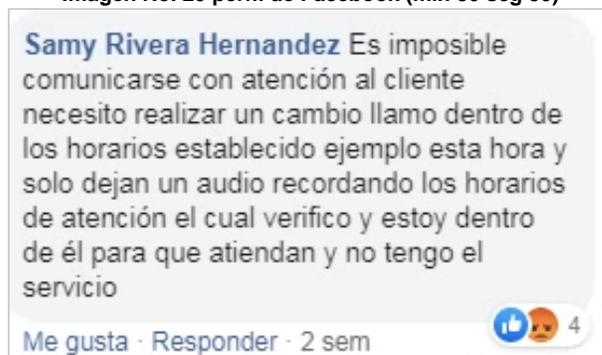


Imagen No. 20 perfil de Facebook (min 30 seg 50)



Que a su vez, las cifras de la plataforma SIC FACILITA, asociadas a las solicitudes realizadas por los consumidores frente a FALABELLA DE COLOMBIA S.A., desde el 1º de febrero al 18 de mayo del 2020, las cuales obran en el expediente de la referencia con el número de radicado 20-79254-7,

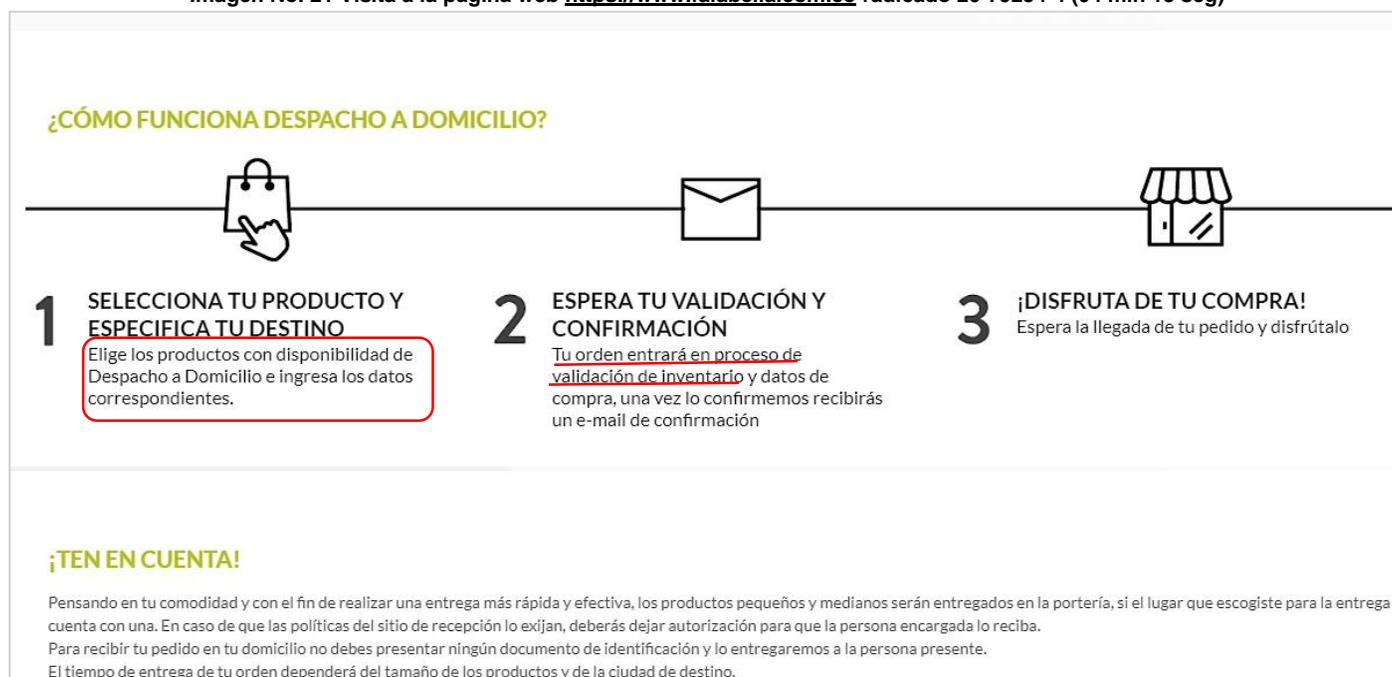
“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

evidencian incremento del 39,7% en abril de 2020 frente a un mes normal, como lo fue febrero del mismo año; y con respecto a los 18 días del mes de mayo, se reportó un incremento del 170,4%, evidenciado que el principal motivo de inconformidad es “*perjuicios por prestación de servicios que suponen la entrega de un bien*”, con un 32% del total de las reclamaciones en el período de 1 de febrero al 18 de mayo de 2020, y que la pretensión que más buscan los que reclaman es “*Que se devuelva el dinero pagado por la adquisición del bien o por la prestación del servicio defectuoso*” con un 48,3% del total de las reclamaciones en el período de 1 de febrero a 18 de mayo de 2020. Así mismo a 31 de mayo de 2020, el número de reclamaciones presentadas en SIC FACILITA ascendió a 2.085 solicitudes, representando un incremento en dicho mes del 499% de cara al mes de febrero de la misma anualidad.

18.2.3 Respetto de la información brindada a los consumidores sobre los tiempos de entrega de los productos:

Que en el desarrollo de la visita administrativa a la página web <https://www.falabella.com.co/falabella-co/>, practicada el 15 de mayo de 2020 y la cual quedó consignada en el informe radicado bajo número 20-79254-4, se evidencia que se presenta una aparente información insuficiente en relación con la disponibilidad de los productos, por cuanto, si bien es cierto de manera previa a la compra del mismo, se informa aparentemente su disponibilidad, también lo es que de manera posterior a la transacción o pago, se realiza un proceso de validación del inventario para la confirmación del pedido, de manera, que la disponibilidad de producto, bajo la cual el consumidor escogió realizar la transacción, no es actualizada ni definitiva, y podría llegar a sufrir variaciones, tal y como se observa en la imagen que se reproduce a continuación a modo de ilustración:

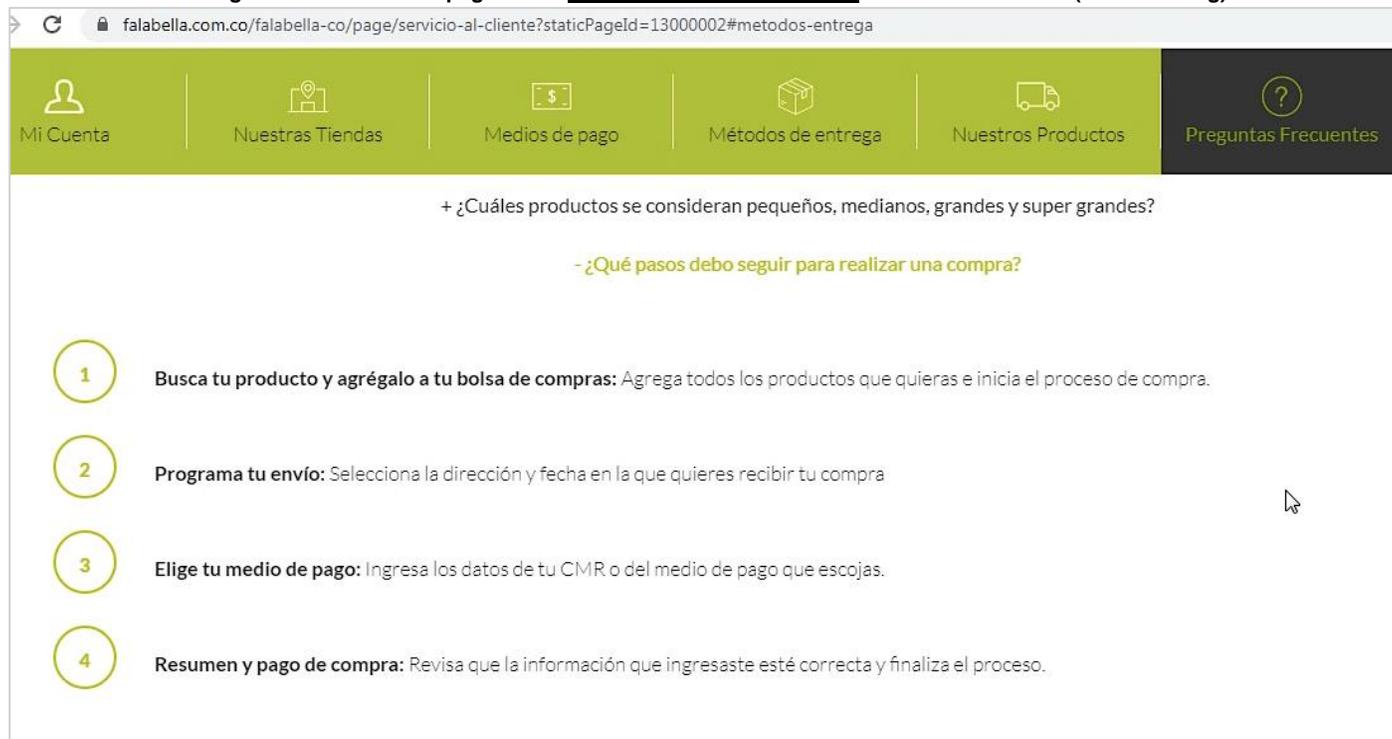
Imagen No. 21 Visita a la página web <https://www.falabella.com.co> radicado 20-79254-4 (04 min 13 seg)



Aunado a lo anterior, en el aparte de “*Preguntas Frecuentes*”, en relación a la pregunta: “*¿Qué pasos debo seguir para realizar una compra?*”, la respuesta brindada a los consumidores, no contempla que con posterioridad al pago se debe realizar un proceso adicional de verificación de inventario por parte de FALABELLA DE COLOMBIA S.A., frente al cual se puede ver afectada la decisión de consumo de los compradores, por cuanto, es posible que no haya disponibilidad del mismo, pese a que de manera previa se efectuó el pago correspondiente, lo cual podría considerarse una insuficiencia en la información que se otorga a los consumidores, lo dicho, se puede observar en la captura de pantalla que se reproduce en la imagen No. 36 del presente acto administrativo, de la siguiente manera:

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

Imagen No. 22 Visita a la página web <https://www.falabella.com.co> radicado 20-79254-4 (09 min 05 seg)



De lo expuesto, es claro que información relevante para que los consumidores puedan tomar sus decisiones de compra libre y sin ser inducidos en error, como es la disponibilidad y posibles modificaciones en los tiempos de entrega de los productos, no estaría siendo brindada con antelación a la conclusión de la transacción, de forma cierta, fidedigna, clara, oportuna y actualizada; factores que en fechas conmemorativas como el día de la madre, máxime con la restricción de movilidad ordenada por el Gobierno Nacional, tenían una importancia sustancial en la materialización de la compra, respecto de la cual la fecha de entrega parecía ser un factor esencial en la decisión de consumo.

De otra parte, en la respuesta aportada por FALABELLA DE COLOMBIA S.A., bajo número No. 20-79254-5, en relación con las novedades presentadas con la entrega de los productos, indica que se adoptó un procedimiento denominado “*Cliente siempre informado*”, con el que se estaría informando a los consumidores, mediante correo electrónico, mensajes de texto y mensajes en WhatsApp sobre los tiempos de entrega y novedades que se presentan con los despachos de los productos.

Como archivo adjunto en este radicado, aparece el documento denominado, “*Plan de contingencia Contacto Clientes Novedades En Entrega Gerencia FACO DVD - Abril 2020*”, en el que aparecen cinco plantillas de mensajes por WhatsApp, para comunicarle a los clientes acerca de las novedades reportadas por la transportadora, de la siguiente manera:

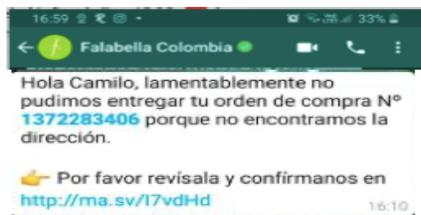
- Plantilla No. 1. “*Mensaje Dirección Errada*”: Cuando la transportadora, no encuentra la dirección, y por eso se invita al cliente a actualizar este dato. El mensaje, contendría un enlace que direcciona a un formulario de respuesta en línea, en el que al parecer, el consumidor introduciría su dirección corregida:

Imagen No. 23 Captura de pantalla contenida en el complemento de información radicado 20-79254-5

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

Plantilla 1. Mensaje Dirección errada

Este mensaje se gatilla de forma automática cuando la transportadora no encuentra la dirección y se reporta en SRX



WHATSAPP

La plantilla invita al cliente para que de inmediato actualice en línea su dirección

FORMULARIO DE RESPUESTA EN LÍNEA

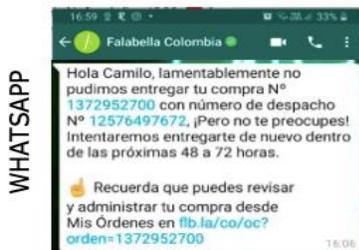
- Plantilla No. 2: “Mensaje Sin Morador”. En la que FALABELLA DE COLOMBIA S.A., asumiría la responsabilidad por no haber podido entregar el producto, y que la entrega se realizaría entre las próximas 48 y 72 horas:

Imagen No. 24 Captura de pantalla contenida en el complemento de información radicado 20-79254-5

El mensaje Sin morador enviado a través de WhatsApp que representa el 18% de las novedades, evita reclamaciones de los clientes por su texto conciliador

Plantilla 2. Mensaje sin morador

En esta plantilla Falabella asume la responsabilidad de la no entrega del producto al cliente, a pesar que el incumplimiento se debe a la transportadora



WHATSAPP

La plantilla le informará al cliente que la nueva entrega se realizará entre las 48 y 72 horas siguientes

- Plantilla No. 3. “Reprogramación fecha de entrega”. Este mensaje correspondería al incumplimiento de la fecha de entrega pactada, en el cual se informa al consumidor que se espera brindar solución en los próximos cinco días hábiles. A su vez, se brindaría la opción de esperar el producto o cancelarlo y solicitar la devolución del dinero. El mensaje contiene un enlace que redirige a un formulario en línea para conocer la respuesta del consumidor:

Imagen No. 25 Captura de pantalla contenida en el complemento de información radicado 20-79254-5

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

Desde el área de operaciones DVD se implementó la comunicación a través de WhatsApp y se desarrollaron dos plantillas para comunicarle al cliente las novedades reportadas por la transportadora

Plantilla 3. Reprogramación fecha de entrega

Este mensaje se gatilla de forma automática cuando la fecha pactada se va incumplir

WHATSAPP



La plantilla invita al cliente para que de inmediato seleccione la opción que se ajuste a su necesidad

FORMULARIO DE RESPUESTA EN LÍNEA



- Plantilla No. 4. “Actualización fecha de entrega”: En este mensaje, se informaría al consumidor que se actualizará la fecha de entrega en un período de cinco días hábiles, la cual al parecer, refleja un incumplimiento por parte de FALABELLA DE COLOMBIA S.A, debido a la situación actual.
- Plantilla No. 5. “Recálculo de fecha”: En este mensaje, se comunicaría al cliente su nueva fecha de entrega:

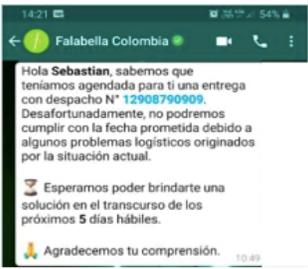
Imagen No. 26 Captura de pantalla contenida en el complemento de información radicado 20-79254-5

El mensaje actualización fecha de entrega le permite a Falabella poder estimar con los días de tránsito de la transportadora a destino una nueva fecha de entrega del despacho

Plantilla 4. Actualización fecha de entrega

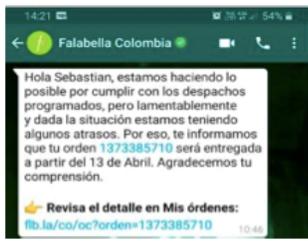
En esta plantilla Falabella informa al cliente que se actualizará la fecha de entrega en un periodo de 5 días hábiles

WHATSAPP



Plantilla 5. Recálculo de fecha

En esta plantilla Falabella le comunica al cliente cuando será su nueva fecha de entrega



Si bien se observa, conforme al procedimiento descrito en el documento denominado, “Plan de contingencia Contacto Clientes Novedades En Entrega Gerencia FACO DVD - Abril 2020”, que presuntamente se estaría informando a los consumidores respecto de las contingencias que van presentando sus entregas, esta información es posterior a la adquisición de los productos en la tienda virtual; además, la reprogramación, actualización o recálculo de las fechas, no estaría siendo tampoco cumplida por parte de FALABELLA DE COLOMBIA S.A., ya que los consumidores expresan tiempos de espera de sus órdenes superiores incluso a un mes, como sucedió al parecer con el consumidor de la queja radicada bajo número No. 20-79254-0 y aquellos que en diferentes publicaciones en redes sociales han expresado que se ha reprogramado de manera sucesiva su entrega, sin que aún reciban lo adquirido en la tienda virtual durante la emergencia sanitaria.

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

Así al observar las plantillas contenidas en las imágenes No. 24, 25 y 26, éstas corresponderían al presunto escenario de incumplimiento por circunstancias ajenas a los consumidores; sin embargo, se observa que, al parecer solamente la plantilla No. 3 informa al consumidor sobre la opción de cancelar su pedido y solicitar la devolución del dinero pagado por su compra.

De lo expuesto, se evidencia que la información brindada en la tienda virtual de FALABELLA DE COLOMBIA S.A., al momento de efectuar las compras, no advierte a los consumidores que, el producto seleccionado debe pasar por un proceso de validación de inventario que es posterior a la culminación de la transacción, lo cual, podría inducir a error a los consumidores respecto de la disponibilidad y entrega de los productos que componen su pedido, de manera que la información con la cual cuentan para hacer el pago, no sería cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada.

En adición, en el proceso de compra, no se observa ningún tipo de mensaje informativo, con el que se advierta a los consumidores que la operación logística está presentando retrasos como consecuencia de las contingencias que ha generado la cuarentena y el aislamiento, por el virus Covid-19; lo cual solamente sucedería, cuando los consumidores ya han adquirido sus productos y están presentando demora en la entrega de sus órdenes, como lo reflejan las plantillas de mensajes por WhatsApp aportadas por la sociedad.

Por consiguiente, si bien aparece un recuadro en la página de inicio del sitio web, denominado “*Cuidamos tu salud. Medidas frente al COVID-19, conoce más aquí*”, FALABELLA DE COLOMBIA S.A., mediante la cual se informa sobre los retrasos que al parecer, está presentando la operación de la cadena logística de los productos comercializados, esta información no es notoria para los consumidores, quienes acceden específicamente a buscar y seleccionar los productos que satisfacen sus necesidades de consumo y proceden al proceso de compra; en el cual dicha información no aparece en ningún momento, de manera que los consumidores podrían desconocer dicha circunstancia y por ende, tomar la decisión de compra, basados en los tiempos de entrega por él seleccionados y ofertados por Falabella de Colombia S.A., al momento de escoger el producto.

Así las cosas, de lo observado en desarrollo de la averiguación preliminar de la referencia, resulta necesario recordar a FALABELLA DE COLOMBIA S.A., las recomendaciones dadas por las diferentes Autoridades del Gobierno Nacional con el fin de garantizar la continuidad de la actividad económica del país en las circunstancias actuales, particularmente cuando no existe una específica fecha para la normalización del país, dado que la propagación del coronavirus continúa y por el momento, no hay soluciones farmacológicas para combatir esta enfermedad, de manera que las compras virtuales ocuparán la totalidad de su operación. En este sentido, la Circular 015 de 2020 por medio de la cual se impartieron “*Medidas sanitarias preventivas y de mitigación para los Sectores de Comercio, Industria y Turismo, y de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con medidas específicas para empresas proveedoras del servicio de domicilios, de mensajería y los operadores de plataformas digitales relacionadas*”, prevé en su numeral 1, que las empresas podrían contar con un plan de continuidad del negocio, en donde se prevean los diferentes escenarios de crisis y las opciones de operación en cada uno de ellos, que incluya alianzas con pares para establecer aprovechamiento de canales de distribución y la creación de un plan de choque de abastecimiento local y llegada de nuevos clientes a nivel nacional, a lo cual se suman las recomendaciones sobre manipulación de productos, con el fin de evitar la propagación del Covid -19.

De conformidad con lo anterior, al evidenciar que pueden existir problemáticas asociadas a presuntas fallas de información y la calidad por parte de FALABELLA DE COLOMBIA S.A., resulta imperativo para la Superintendencia de Industria y Comercio, en desarrollo del deber de protección y garantía de los derechos de los consumidores, hacer uso de la facultad legal conferida en el numeral 9° del artículo 59 de la Ley 1480 de 2011 – Estatuto del Consumidor –, que dispone “**9. Ordenar las medidas necesarias para evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores por la violación de normas sobre protección al consumidor.**” (Énfasis fuera de texto), y en consecuencia impartirá las órdenes administrativas que se indican a continuación, necesarias para garantizar los derechos de los consumidores en todo el país:

ORDENAR de manera inmediata a FALABELLA DE COLOMBIA S.A., identificada con Nit. 900.017.447 – 8, en aras de garantizar los derechos de los consumidores en el marco de la emergencia sanitaria; el **CESE** de prácticas vulneradoras de los derechos de los consumidores, para lo cual deberá, entre otras:

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

1. **INSTALAR** en la página web <https://www.falabella.com.co/falabella-co/>, una ventana que emerja automáticamente o *pop-up*, en la página de inicio del sitio, es decir, una ventana superpuesta a la de la página web activa y en la ventana emergente denominada “*Producto(s) agregado(s) a la bolsa de compras*”, una vez se ha seleccionado un producto y el destino para su despacho a domicilio; información clara y visible en la que se indique a los consumidores que debido a la emergencia suscitada por el Coronavirus Covid-19, pueden presentarse retrasos en la entrega de los productos. El texto debe contar como mínimo, con la siguiente información:

- i) Que la entrega de los productos, puede no tener lugar en el lapso de días escogido por el consumidor.
- ii) Que conocida dicha circunstancia se informará inmediatamente la fecha en la que se entregará el producto.
- iii) Que en caso de incumplimiento en la entrega de los productos adquiridos, puede hacer ejercicio de su derecho de reversión del pago, conforme lo dispuesto en el artículo 51 del Estatuto del Consumidor.

Se presenta el siguiente texto ilustrativo a manera de ejemplo:

“Señor Consumidor:

Debido a la emergencia suscitada por el Covid-19, tenga en cuenta que la entrega de los pedidos realizados en nuestra tienda virtual, pueden no tener lugar en el lapso de días por usted elegido al momento de efectuar la selección de los productos. En caso de presentarse dicha circunstancia, se le informará inmediatamente con la indicación de la nueva fecha de entrega.

Recuerde que en caso de incumplimiento en la entrega de los productos adquiridos, puede ejercer su derecho de reversión del pago, conforme lo dispuesto en el artículo 51 del Estatuto del Consumidor y obtener la devolución de su dinero. Consulte aquí”.

2. **DISPONER** en la página web <https://www.falabella.com.co/falabella-co/> un aparte, accesible y visible en la página de inicio, denominado “*Reversión del pago*”, en el cual se brinde información a los consumidores sobre el trámite para solicitar la devolución del dinero, en caso de incumplir con la entrega de los productos adquiridos, o las demás circunstancias en las que opera dicha reversión, conforme lo establecido en el artículo 51 del Estatuto del Consumidor.

3. **PRESENTAR** a la Dirección de investigaciones de Protección al Consumidor, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la comunicación del presente acto administrativo, documento donde conste el plan de mejoramiento que ejecutará la sociedad, en el plazo de treinta (30) días calendario siguientes a la presentación de dicho plan, en el que se planteen las acciones y estrategias que garanticen la continuidad del negocio en condiciones de calidad, previendo el actual escenario de crisis y las opciones de operación frente al mismo. Dicho plan reflejará como mínimo lo siguiente:

- Las acciones a implementar para garantizar tiempos de entrega oportunos conforme los rangos de fechas ofrecidos al consumidor.
- El procedimiento a implementar para la atención oportuna de las solicitudes de garantías.
- Los mecanismos para garantizar el derecho a la reclamación y la atención oportuna de las Peticiones, Quejas o Reclamos, que se presenten por parte de los consumidores.
- Los mecanismos que permitan la validación de disponibilidad de productos previamente a la realización del pago por parte del consumidor, de manera que al momento de la transacción, el consumidor cuente con información cierta, veraz, oportuna y actualizada, respecto de los disponibilidad de los productos que desea adquirir.
- Las acciones para mejorar el proceso de alistamiento, embalaje y distribución que garanticen la entrega de bienes en condiciones de calidad y eviten la propagación del virus.

Finalizado el mes de ejecución del plan de mejoramiento, **y dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes**, se deberá presentar informe, firmado por el revisor fiscal, a la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, en el que se evidencie el resultado de las acciones realizadas, respecto de cada uno de los puntos del plan de mejoramiento, con el

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

respectivo soporte documental que permita advertir su ejecución. Con dicho informe, se deberá allegar en formato Excel (.xls), copia de las peticiones, quejas y reclamos recibidos durante el mes de ejecución del plan de acción, indicando fecha de radicación, nombre del quejoso, motivo, trámite dado a la misma y fecha de respuesta.

4. **REMITIR** dentro de los diez (10) días siguientes a la comunicación del presente acto administrativo, informe firmado por el revisor fiscal de la empresa, que dé cuenta del cumplimiento de la entrega de los productos adquiridos mediante transacciones realizadas a través de página web <https://www.falabella.com.co/falabella-co/>, entre el 25 de marzo y el 31 de mayo de 2020, cuya fecha de entrega se encuentre vencida al momento de la comunicación de la presente resolución. Con dicho informe, se deberá allegar en formato Excel (.xls), la relación de las transacciones realizadas, datos del consumidor que realizó la transacción, fecha de realización de la compra y la fecha de la entrega efectiva del producto a los consumidores. En caso de persistir la imposibilidad de la entrega, indicar el motivo y la solución brindada al consumidor.
5. **AJUSTAR** las fechas en la opción de entrega denominada “*Fecha programada*”, mediante la cual se ofrece la posibilidad al consumidor de seleccionar el día en el que desea que se le entreguen los productos adquiridos, acorde con los tiempos actuales de entrega que la sociedad pueda garantizar.
6. **ENTREGAR** los productos en un embalaje que permita su aislamiento de forma tal, que se proteja al consumidor que lo recibe del posible contagio por contacto.
7. **FORTALECER** los canales de atención y comunicación al consumidor, como son, la línea de atención al cliente, la asistente virtual y el correo electrónico servicioalcliente@falabella.com.co, de manera que se optimicen los tiempos de respuesta y se brinde información veraz, fidedigna, suficiente y actualizada sobre las inquietudes e inconformidades que sean planteadas por los consumidores. De igual manera, se debe mejorar la capacidad de respuesta de la asistente virtual “*Paula*”, con el fin de que brinde adecuada orientación a los consumidores; de no ser esto posible, limitar su funcionalidad a la atención de preguntas frecuentes, de manera que no genere expectativas de atención pormenorizada a los consumidores frente a sus reclamaciones.

Para tal efecto, **FALABELLA DE COLOMBIA S.A.**, deberá acreditar el cumplimiento de las órdenes, relacionadas en los numerales 1, 2, 4, 5, 6 y 7 de la presente orden administrativa, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la comunicación del presente acto administrativo, cuya evidencia debería ser enviada con el número de radicado de la referencia a la Superintendencia de Industria y Comercio a través del correo electrónico contactenos@sic.gov.co.

En cuanto al numeral 3 de la presente orden administrativa, **FALABELLA DE COLOMBIA S.A.**, deberá presentar dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la comunicación del presente acto administrativo, documento donde conste el plan de mejoramiento que ejecutará la sociedad, indicando el número de radicado de la referencia a la Superintendencia de Industria y Comercio a través de correo electrónico contactenos@sic.gov.co.

DÉCIMO NOVENO: Que si bien esta Superintendencia mediante la Resolución No. 16978 de 2020, que modificó el artículo 1 de la Resolución No. 12169 de 2020, suspendió los términos de las actuaciones administrativas sancionatorias y disciplinarias, desde el 17 de abril de la presente anualidad y hasta la vigencia del aislamiento preventivo obligatorio, se encuentran excluidas de dicha suspensión, tanto las actuaciones que deban iniciarse en materia de protección al consumidor para conjurar la crisis causada por el coronavirus COVID 19, como aquellas actuaciones administrativas de carácter no sancionatorio que deban adelantarse en cumplimiento de las competencias asignadas en la ley; excepción que cobija la presente actuación.

En mérito de lo expuesto, esta Dirección

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: ORDENAR de manera inmediata a FALABELLA DE COLOMBIA S.A., identificada con Nit. 900.017.447 – 8, en aras de garantizar los derechos de los consumidores en el marco de la emergencia sanitaria; el CESE de prácticas vulneradoras de los derechos de los consumidores, para lo cual deberá, entre otras:

1. **INSTALAR** en la página web <https://www.falabella.com.co/falabella-co/>, una ventana que emerja automáticamente o *pop-up*, en la página de inicio del sitio, es decir, una ventana superpuesta a la de la página web activa y en la ventana emergente denominada “*Producto(s) agregado(s) a la bolsa de compras*”, una vez se ha seleccionado un producto y el destino para su despacho a domicilio; información clara y visible en la que se indique a los consumidores que debido a la emergencia suscitada por el Coronavirus Covid-19, pueden presentarse retrasos en la entrega de los productos. El texto debe contar como mínimo, con la siguiente información:
 - i) Que la entrega de los productos, puede no tener lugar en el lapso de días escogido por el consumidor.
 - ii) Que conocida dicha circunstancia se informará inmediatamente la fecha en la que se entregará el producto.
 - iii) Que en caso de incumplimiento en la entrega de los productos adquiridos, puede hacer ejercicio de su derecho de reversión del pago, conforme lo dispuesto en el artículo 51 del Estatuto del Consumidor.

Se presenta el siguiente texto ilustrativo a manera de ejemplo:

“Señor Consumidor:

Debido a la emergencia suscitada por el Covid-19, tenga en cuenta que la entrega de los pedidos realizados en nuestra tienda virtual, pueden no tener lugar en el lapso de días por usted elegido al momento de efectuar la selección de los productos. En caso de presentarse dicha circunstancia, se le informará inmediatamente con la indicación de la nueva fecha de entrega.

Recuerde que en caso de incumplimiento en la entrega de los productos adquiridos, puede ejercer su derecho de reversión del pago, conforme lo dispuesto en el artículo 51 del Estatuto del Consumidor y obtener la devolución de su dinero. Consulte aquí”.

2. **DISPONER** en la página web <https://www.falabella.com.co/falabella-co/> un aparte, accesible y visible en la página de inicio, denominado “*Reversión del pago*”, en el cual se brinde información a los consumidores sobre el trámite para solicitar la devolución del dinero, en caso de incumplir con la entrega de los productos adquiridos, o las demás circunstancias en las que opera dicha reversión, conforme lo establecido en el artículo 51 del Estatuto del Consumidor.
3. **PRESENTAR** a la Dirección de investigaciones de Protección al Consumidor, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la comunicación del presente acto administrativo, documento donde conste el plan de mejoramiento que ejecutará la sociedad, en el plazo de treinta (30) días calendario siguientes a la presentación de dicho plan, en el que se planteen las acciones y estrategias que garanticen la continuidad del negocio en condiciones de calidad, previendo el actual escenario de crisis y las opciones de operación frente al mismo. Dicho plan reflejará como mínimo lo siguiente:
 - Las acciones a implementar para garantizar tiempos de entrega oportunos conforme los rangos de fechas ofrecidos al consumidor.
 - El procedimiento a implementar para la atención oportuna de las solicitudes de garantías.
 - Los mecanismos para garantizar el derecho a la reclamación y la atención oportuna de las Peticiones, Quejas o Reclamos, que se presenten por parte de los consumidores.
 - Los mecanismos que permitan la validación de disponibilidad de productos previamente a la realización del pago por parte del consumidor, de manera que al momento de la transacción, el consumidor cuente con información cierta, veraz, oportuna y actualizada, respecto de los disponibilidad de los productos que desea adquirir.
 - Las acciones para mejorar el proceso de alistamiento, embalaje y distribución que

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

garanticen la entrega de bienes en condiciones de calidad y eviten la propagación del virus.

Finalizado el mes de ejecución del plan de mejoramiento, **y dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes**, se deberá presentar informe, firmado por el revisor fiscal, a la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, en el que se evidencie el resultado de las acciones realizadas, respecto de cada uno de los puntos del plan de mejoramiento, con el respectivo soporte documental que permita advertir su ejecución. Con dicho informe, se deberá allegar en formato Excel (.xls), copia de las peticiones, quejas y reclamos recibidos durante el mes de ejecución del plan de acción, indicando fecha de radicación, nombre del quejoso, motivo, trámite dado a la misma y fecha de respuesta.

4. **REMITIR** dentro de los diez (10) días siguientes a la comunicación del presente acto administrativo, informe firmado por el revisor fiscal de la empresa, que dé cuenta del cumplimiento de la entrega de los productos adquiridos mediante transacciones realizadas a través de página web <https://www.falabella.com.co/falabella-co/>, entre el 25 de marzo y el 31 de mayo de 2020, cuya fecha de entrega se encuentre vencida al momento de la comunicación de la presente resolución. Con dicho informe, se deberá allegar en formato Excel (.xls), la relación de las transacciones realizadas, datos del consumidor que realizó la transacción, fecha de realización de la compra y la fecha de la entrega efectiva del producto a los consumidores. En caso de persistir la imposibilidad de la entrega, indicar el motivo y la solución brindada al consumidor.
5. **AJUSTAR** las fechas en la opción de entrega denominada “*Fecha programada*”, mediante la cual se ofrece la posibilidad al consumidor de seleccionar el día en el que desea que se le entreguen los productos adquiridos, acorde con los tiempos actuales de entrega que la sociedad pueda garantizar.
6. **ENTREGAR** los productos en un embalaje que permita su aislamiento de forma tal, que se proteja al consumidor que lo recibe del posible contagio por contacto.
7. **FORTALECER** los canales de atención y comunicación al consumidor, como son, la línea de atención al cliente, la asistente virtual y el correo electrónico servicioalcliente@falabella.com.co, de manera que se optimicen los tiempos de respuesta y se brinde información veraz, fidedigna, suficiente y actualizada sobre las inquietudes e inconformidades que sean planteadas por los consumidores. De igual manera, se debe mejorar la capacidad de respuesta de la asistente virtual “*Paula*”, con el fin de que brinde adecuada orientación a los consumidores; de no ser esto posible, limitar su funcionalidad a la atención de preguntas frecuentes, de manera que no genere expectativas de atención pormenorizada a los consumidores frente a sus reclamaciones.

PARÁGRAFO PRIMERO. Para tal efecto, **FALABELLA DE COLOMBIA S.A.**, deberá acreditar el cumplimiento de las órdenes, relacionadas en los numerales 1, 2, 4, 5, 6 y 7 de la presente orden administrativa, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la comunicación del presente acto administrativo, cuya evidencia debería ser enviada con el número de radicado de la referencia a la Superintendencia de Industria y Comercio a través del correo electrónico contactenos@sic.gov.co.

PARÁGRAFO SEGUNDO. En cuanto al numeral 3 de la presente orden administrativa, **FALABELLA DE COLOMBIA S.A.**, deberá presentar dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la comunicación del presente acto administrativo, documento donde conste el plan de mejoramiento que ejecutará la sociedad, indicando el número de radicado de la referencia a la Superintendencia de Industria y Comercio a través de correo electrónico contactenos@sic.gov.co.

ARTÍCULO SEGUNDO: CONMINAR a **FALABELLA DE COLOMBIA S.A.**, identificada con Nit. 900017447 – 8, a observar de manera íntegra, en el desarrollo de sus actividades comerciales, las disposiciones de la Ley 1480 de 2011 –Estatuto del Consumidor-, teniendo en cuenta que las normas allí contenidas tienen plena aplicación, aún en el Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica decretado por el Gobierno Nacional. Lo anterior, sin perjuicio de las disposiciones que en materia de protección al consumidor profiera el Gobierno Nacional en el marco de la emergencia sanitaria.

ARTÍCULO TERCERO: ADVERTIR que contra el presente acto administrativo, no procede recurso alguno y el incumplimiento de las órdenes impartidas en el presente acto administrativo, dará lugar a

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter particular con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

la imposición de multas sucesivas de hasta mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, de conformidad con lo dispuesto en el numeral 6 del artículo 61 de Ley 1480 de 2011, sin perjuicio de las demás sanciones a las cuales haya lugar y/o las investigaciones que puedan derivarse de la posible infracción a las normas de protección al consumidor.

ARTÍCULO CUARTO: COMUNICAR el contenido de esta resolución al Representante Legal, o a quien haga sus veces, de **FALABELLA DE COLOMBIA S.A.**, identificada con Nit. 900017447 – 8.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C, 4 de junio de 2020

La Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor,



PAOLA ANDREA PÉREZ BANGUERA

COMUNICACIONES:

Sociedad:	FALABELLA DE COLOMBIA S.A.
Identificación:	Nit. 900.017.447 – 8
Representante Legal:	Rodrigo Fajardo Zilleruelo.
Identificación:	C.E. N° 378379
E-mail de notificación judicial:	contacto@falabella.com.co

Proyectó: GIOC
Revisó: LFCG/YLAG
Aprobó: PAPB