



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

№ 2 6 4 2 4
RESOLUCIÓN NÚMERO DE 2010

(2 5 MAYO 2010)

Por la cual se decide una actuación administrativa

Radicación: 09 - 090881.

EL DIRECTOR DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

En ejercicio de sus facultades legales, en especial las conferidas por el Decreto 3523 de 2009 y el Decreto 3466 de 1982 y

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que el 28 de agosto de 2009, el señor LUIS EDUARDO OCHOA presentó queja en contra de la sociedad PUBLICAR S. A., identificada con Nit. 860001317-4.

SEGUNDO: Que el motivo de la queja se contrae a los siguientes hechos:

El quejoso suscribió el contrato No. 2158973 con la sociedad investigada, por valor de \$301.840, para la publicación de un aviso en el directorio telefónico. Manifiesta que la denunciada adopta decisiones sin autorización de los usuarios y renueva los contratos para que el usuario figure el próximo año con el mismo aviso, situación que a juicio del señor Ochoa constituye un abuso que va en detrimento del patrimonio de los usuarios, pues se le obliga a pagar, sin su autorización ni suscripción de nuevo contrato, un valor con base en el contrato anterior.

Por lo anterior solicitó se ordenara la devolución del dinero pagado.

TERCERO: Que con base en los hechos anotados, a partir de los cuales se advirtió la presunta violación de las normas sobre información contenidas en los artículos 14 y 31 del Decreto 3466 de 1982 y el Título II, Capítulo Segundo de la Circular Única No. 10 de esta Entidad, se inició, mediante la expedición de la respectiva solicitud de explicaciones, la presente actuación administrativa.

CUARTO: Que mediante comunicación de 21 de octubre de 2009, la sociedad investigada dio respuesta a la solicitud de explicaciones en los siguientes términos:

"Desde el 1 de septiembre de 2009 se descargó de la línea telefónica No. 2158973 la suma de \$151.500, más el IVA, correspondientes al valor de la publicación en el directorio telefónico, mediante la respectiva nota de crédito. Para su mejor referencia anexamos copia del reporte de aplicación de la respectiva nota de crédito."

Por lo anterior, solicitó se archive la presente investigación.

~~25 MAYO 2010~~

Por la cual se decide una actuación administrativa

QUINTO: Que se aportaron los siguientes documentos:

5.1 Por parte del quejoso.

5.1.1 Copia de la comunicación de 9 de septiembre de 2008, por medio de la cual la sociedad Publicar remitió prueba de la publicación del anuncio del quejoso para la edición del año 2009 (fl. 2).

5.1.2 Copias de las facturas correspondientes a los meses octubre y diciembre de 2008 y enero, abril, mayo, junio y julio de 2009, correspondientes a la línea telefónica No. 2158973 a nombre de la señora Gladis Reyes García (fls. 3 a 9).

5.2 Por parte de la investigada.

5.2.1 Copia pantallazo "*Consulta Cuenta por Número de Conexión*" de la línea No. 2158973 (fl. 16)

5.2.2 Copia pantallazo "*Consultar facturas*" de la cuenta No. 1363486 (fls. 17).

SEXTO: Marco jurídico.

De conformidad con lo establecido en el Decreto 3466 de 1982, Estatuto de Protección al Consumidor, es obligación de los productores brindarle a los consumidores de los bienes y servicios que los mismos comercializan, una información veraz y suficiente. En tal sentido, están prohibidas las marcas, las leyendas y la propaganda comercial que no corresponda a la realidad, así como las que induzcan o puedan inducir a error respecto de la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las características, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad de los bienes o servicios ofrecidos.

El numeral 2.1.1.2. del segundo capítulo del Título II de la Circular Única de esta Superintendencia, en desarrollo de las normas del Decreto 3466 de 1982, expuestas, dispone que se entenderá que la información o la propaganda comercial es engañosa, entre otros casos, cuando:

"a) Se omite información necesaria para la adecuada comprensión de la propaganda comercial.

"b) Se establecen mecanismos para trasladar al consumidor los costos del incentivo de manera que éste no pueda advertirlo fácilmente, como cuando se disminuye la calidad o cantidad del producto o servicio o se incrementa su precio, entre otros.

"c) La información sobre restricciones, limitaciones, excepciones y condiciones adicionales para la adquisición del producto o servicio, no se incluye en la propaganda comercial y no tiene similar notoriedad al ofrecimiento del producto o servicio que se anuncia.

"d) Se ofrecen productos o incentivos con deficiencias o imperfectos, usados, remanufacturados, remodelados o reconstruidos, próximos a vencerse y de colecciones o modelos anteriores sin indicar tales circunstancias de manera clara y precisa en la propaganda comercial.

"e) Se ofrecen de manera gratuita productos, servicios o incentivos cuando la entrega de los mismos está supeditada al cumplimiento de alguna condición por parte del consumidor que no se indica en la propaganda comercial."

25 MAYO 2010

Por la cual se decide una actuación administrativa

En este orden de ideas, cuando un productor o expendedor brinda cualquier tipo de información a los consumidores o emplea una determinada propaganda comercial, esta debe ser veraz y suficiente, es decir, que la misma contenga todas y cada una de las condiciones, limitaciones y restricciones que la integran, con el fin de que su contenido no induzca o pueda llegar a inducir a error al potencial comprador, teniendo en cuenta la captación lógica que deba hacerse del mensaje transmitido, esto es, la comprensión que del mismo tenga un consumidor racional¹.

Por su parte, el artículo 31 del Decreto 3466 de 1982 establece que todo productor o expendedor es responsable por la inobservancia del deber de información con suficiencia y veracidad, de suerte que el consumidor pueda tomar una decisión razonable de compra.

SÉPTIMO: Caso concreto.

El asunto de la referencia se contrae a determinar si la sociedad investigada violó las normas sobre información previstas en el Decreto 3466 de 1982 y en el título II del capítulo segundo de la Circular Única, teniendo en cuenta que de acuerdo con las imputaciones contenidas en la queja, la investigada omitió informar sobre la renovación del contrato y solicitar el consentimiento del quejoso para el efecto.

Por su parte la sociedad investigada manifestó que descargó de la línea telefónica de propiedad del quejoso la suma correspondiente al valor de la publicación en el directorio telefónico.

Revisada la respuesta a la solicitud de explicaciones en concordancia con el escrito de queja, la Dirección observa que la sociedad investigada no desvirtuó las imputaciones de la denuncia sino que simplemente se limitó a indicar el descargo de los cobros imputados a la línea de propiedad del quejoso; sin embargo, no allegó prueba alguna que probara los términos en que se suscribió el contrato, para efectos de determinar si la renovación había sido informada al quejoso y, en consecuencia estaba amparada por una cláusula contractual avalada por éste o si por el contrario la misma se dio sin autorización alguna, lo cual desconocería los mandatos constitucionales y legales que regulan la materia.

En síntesis, la Dirección echa de menos la prueba del contrato que dé cuenta de que sí se cumplió con la obligación de informar las características y particularidades del servicio adquirido por el señor Luis Eduardo Ochoa, tales como la vigencia y la renovación automática por la omisión de manifestación de terminación del contrato por parte del contratante.

En ese orden de ideas, correspondía a la sociedad denunciada informar a esta entidad los términos en que se contrató el servicio y la conducta asumida por el quejoso, para con ello determinar si lo que se le estaba imputando se ajustaba o no a la realidad. Es precisamente ese vacío probatorio imputable a la denunciada, el que permite concluir, luego de analizar conjuntamente tanto la queja como las pruebas allegadas con ella y la

¹ La Federal Trade Commission de los Estados Unidos de América, entidad encargada en dicho país de aplicar los mismos principios universales que en Colombia establece el Decreto 3466 de 1982, estableció, respecto del concepto de consumidor racional, lo siguiente: "El parámetro que universalmente se utiliza para evaluar si un mensaje es o no engañoso, es el del consumidor medio o racional. Este parámetro se fundamenta en la realidad de la forma como los consumidores entienden la publicidad, pues parte de la base de reconocer que las personas que reciben los anuncios realizan un examen superficial de ellos y no uno profundo y detallado."

25 MAYO 2010

Por la cual se decide una actuación administrativa

respuesta a la solicitud de explicaciones, que la investigada desplegó una conducta violatoria de los artículos 14 y 31 del Estatuto de Protección al Consumidor.

Resulta conveniente advertir, que aún cuando se ha sostenido la tesis de que en ejercicio de las investigaciones administrativas el órgano juzgador debe velar porque obren los medios de prueba necesarios para la adopción de la decisión final, dicha posición no desplaza en lo más mínimo el principio de la carga dinámica de la prueba, el cual busca que la parte que tiene la prueba la aporte para cubrir así los efectos que busca de ella y evite el riesgo de que falten los elementos de juicio necesarios, teniendo en cuenta el interés que tiene de que los argumentos de defensa expresados resulten probados.

Sobre la solicitud de devolución del dinero pagado de más, elevada por el quejoso, la Dirección advierte que no hay lugar a atenderla, toda vez que no existe prueba dentro del expediente de la suma cobrada en exceso, es decir, en virtud de la renovación no anunciada en el contrato de publicidad de una pauta.

Por lo anterior, como no se desvirtuaron las imputaciones de la queja y se desplegó por parte de la investigada una conducta que permite concluir la aceptación de la imputación, cual es la devolución del cobro cargado a la línea telefónica del quejoso, se impondrá la sanción a que hay lugar en virtud de lo previsto en los artículos 32 y 24 a) del Decreto 3466 de 1982, para lo cual se tendrán en cuenta las condiciones de modo, tiempo y lugar en que ocurrieron los hechos, así como el universo de consumidores que pudieron verse afectados por la conducta descrita.

OCTAVO: Sanción administrativa.

Que encontrándose demostrada la violación de lo preceptuado en los artículos 14 y 31 del Decreto 3466 de 1982 y teniendo en cuenta que el artículo 32 del mismo estatuto remite en materia de sanciones administrativas, relacionadas con la responsabilidad de los productores en razón de las marcas, las leyendas y la propaganda comercial, al apartado a) del artículo 24 ibídem, con el fin de que se imponga la sanción correspondiente la cual está enmarcada en el rango de uno (1) a cien (100) salarios mínimos legales mensuales vigentes, este Despacho sancionará a la sociedad investigada, con un (1) salario mínimo legal mensual vigente.

En mérito de lo expuesto, esta Dirección

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Imponer a la sociedad PUBLICAR S. A., identificada con Nit. 860001317-4., una sanción pecuniaria por la suma de QUINIENTOS QUINCE MIL PESOS M/CTE. (\$515.000), equivalente a un (1) salario mínimo legal mensual vigente, de conformidad con lo expuesto en la parte motiva de la presente resolución.

PARÁGRAFO: El valor de la sanción pecuniaria que por esta resolución se impone, deberá consignarse en efectivo o en cheque de gerencia en el Banco Popular cuenta No. 050000249, a nombre del Tesoro Nacional Fondos Comunes, Código Rentístico No. 350300. El recibo deberá indicar el número del expediente, así como el de la presente providencia y el pago deberá acreditarse ante la Pagaduría de esta Superintendencia, con el original de la consignación, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha de ejecutoria de esta decisión.

25 MAYO 2010

Por la cual se decide una actuación administrativa

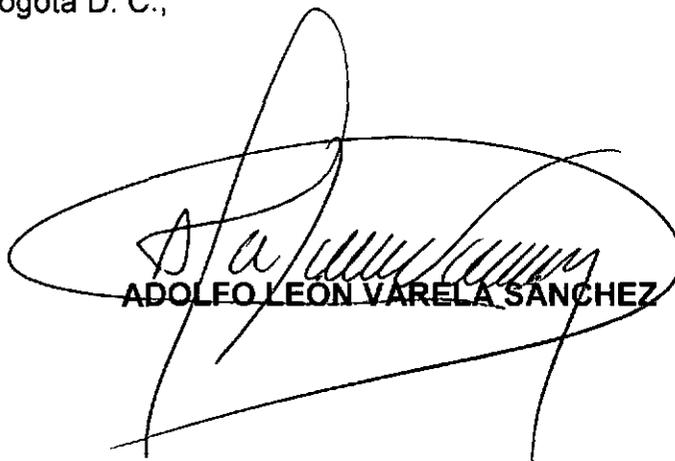
ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar personalmente al señor Erik Hamburger Barraza identificado con C. C. No. 72.156.155, en su condición de representante legal de la sociedad Publicar S. A., o a quien haga sus veces, el contenido de la presente resolución, entregándole copia de la misma e informándole que contra ella procede el recurso de reposición interpuesto ante el Director de Protección al Consumidor o quien haga sus veces y el de apelación ante la Superintendente Delegada para la Protección al Consumidor y Metrología, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: Comunicar el contenido de la presente resolución al señor Luis Eduardo Ochoa, identificado con C. C. No. 19.156.887, en su condición de quejoso.

NOTIFÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D. C.,

El Director de Protección al Consumidor



ADOLFO LEÓN VARELA SÁNCHEZ

NOTIFICACIONES:

Investigada:

Sociedad: PUBLICAR S. A
Identificación: Nit. 860001317-4
Representante legal: Erik Hamburger Barraza
Identificación: C. C. 72.156.155
Dirección: Avenida 68 No. 75 A – 50 piso 4
Ciudad: Bogotá.

COMUNICACIÓN

Reclamante:

Señor: LUIS EDUARDO OCHOA
Identificación: C. C. 19.156.887
Dirección: Avenida 15 No. 124 – 17 oficina 113
Ciudad: Bogotá D. C.