



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

RESOLUCIÓN NÚMERO 31470 DE 2020

(25 de junio de 2020)

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

Radicación N° 20-194155

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, establece 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:

“ARTÍCULO 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:

“ARTÍCULO 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 general 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:

“ARTÍCULO 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.

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

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

SÉPTIMO: Que el artículo 4º 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:

“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 3º, 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:

(...)

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

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

1.4 Derecho a recibir protección contra la publicidad engañosa.

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

NOVENO: Que en los numerales 1º, 3º, 4º, 6º, 7º, 8º, 11 y 16 del artículo 5º 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.

(...)

“Por medio del cual se imparte una orden administrativa de carácter general 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.*

(...)

10. Promociones y ofertas: *Ofrecimiento temporal de productos en condiciones especiales favorables o de manera gratuita como incentivo para el consumidor. Se tendrá también por promoción, el ofrecimiento de productos con un contenido adicional a la presentación habitual, en forma gratuita o a precio reducido, así como el que se haga por el sistema de incentivos al consumidor, tales como rifas, sorteos, concursos y otros similares, en dinero, en especie o con acumulación de puntos.*

(...)

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

(...)

12. Publicidad: *Toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo.*

13. Publicidad engañosa: *Aquella cuyo mensaje no corresponda a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión.*

(...)

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: Que respecto a la información mínima, toda la publicidad y contenido que se suministre al consumidor respecto de precios, cantidad de los productos o servicios promovidos y de los incentivos ofrecidos, debe ser cierta, comprobable, suficiente y no debe inducir o poder inducir a error al consumidor, de manera que no se generen afectaciones en su comportamiento económico.

En ese sentido, 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 PRIMERO: Que las promociones y ofertas deben cumplir con los requisitos de veracidad, suficiencia y no inducción a error a los consumidores. Sobre su definición y alcance, el numeral 2.1.2.1. del Capítulo Segundo, del Título II de la Circular Única¹ de la Superintendencia de Industria y Comercio establece lo siguiente:

“2.1.2.1. Propaganda comercial con incentivos. Se entiende por propaganda comercial con incentivos, todo anuncio dirigido al público en general o a un sector específico de la población, en el cual se ofrece en forma temporal, la comercialización

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

de productos o servicios en condiciones más favorables que las habituales las cuales pueden consistir en el ofrecimiento a través de cualquier medio de divulgación o sistema de publicidad de rifas, sorteos, cupones, vales, fotos, figuras, afiches, imágenes o cualquier otro tipo de representación de personas, animales o cosas, dinero o de cualquier retribución en especie, con el fin de inducir o hacer más atractiva la compra de un producto o servicio determinado.

No se entiende como propaganda comercial con incentivos las condiciones más favorables obtenidas de manera individual como resultado de la negociación directa del consumidor.

A continuación se señalan algunos criterios técnicos y jurídicos para la cabal aplicación de los requisitos de veracidad, suficiencia y no inducción a error exigidos por el legislador.

a) Información mínima

- i. Identificación del producto o servicio promovido y del incentivo que se ofrece indicando su cantidad y calidad.*
- ii. Requisitos y condiciones para su entrega, como por ejemplo si no es acumulable con otros incentivos, si se limita la cantidad por persona, etc.*
- iii. Plazo o vigencia del incentivo, indicando la fecha exacta de iniciación y terminación de la misma.*
- iv. Nombre comercial o razón social del oferente.*
- v. Gastos, descuentos, retenciones, impuestos, deducciones y, en general, los costos a cargo del consumidor para la entrega del incentivo, si llegaren a ser aplicables.*
- vi. Si en la propaganda comercial se utilizan imágenes de los productos o incentivos, los elementos entregados deben tener las mismas características de los presentados en la propaganda comercial.*
- vii. Si el incentivo es un descuento ofrecido de manera general al público o sector determinado, en la propaganda comercial debe señalarse expresamente el monto o porcentaje, salvo cuando los descuentos son diferentes y se aplican a varios productos caso en el cual podrán señalarse los montos o porcentajes mínimos y máximos otorgados.*

b) Inducción a error

Sin perjuicio de la facultad que existe para señalar libremente el precio de los productos y servicios no sometidos a régimen de control, se entenderá que se induce a error cuando:

- i. Simultáneamente con el ofrecimiento del incentivo y hasta seis meses después del retiro del ofrecimiento de éstos se aumenta el precio del bien o servicio, o*
- ii. Se ofrecen incentivos dentro del mes siguiente al aumento del precio del bien o servicio cuya adquisición se promociona.*

c) Agotamiento de incentivos

De acuerdo con lo establecido en el artículo 16 del decreto 3466 de 1982 en la propaganda comercial con incentivos deberá indicarse la “fecha exacta hasta la cual será válido el ofrecimiento de los incentivos”.

En los casos en que la entrega del producto, servicio o incentivo se condicione a la disponibilidad de inventarios o existencias, además de la indicación de la fecha de vigencia exigida en el mencionado artículo 16 deberá indicarse el número de productos, servicios e incentivos disponibles.

Cuando se agoten los productos, servicios o incentivos ofrecidos antes de la fecha de vigencia anunciada en la propaganda comercial, deberá advertirse al público dicha circunstancia mediante avisos notorios en el establecimiento y suspenderse de manera inmediata la propaganda comercial.

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

En adición a lo señalado en el inciso anterior, si las existencias se agotan faltando más de tres (3) días para terminar el plazo de vigencia de la propaganda comercial, conforme con lo dispuesto en el artículo 32 del Decreto 3466 de 1982, la misma debe ser corregida tomando las medidas necesarias para evitar que se induzca a error o se cause daño o perjuicio a los consumidores. En tal sentido, deberá anunciarse el agotamiento de los productos, servicios o incentivos en forma proporcional y adecuada a las condiciones iniciales de difusión de la propaganda comercial y al lapso restante de vigencia.

DÉCIMO SEGUNDO: Que en relación con la información pública de precios, los proveedores tienen unas obligaciones específicas con los consumidores, que para el efecto se encuentran dispuestas en el artículo 26 del Estatuto del Consumidor:

“ARTÍCULO 26. INFORMACIÓN PÚBLICA DE PRECIOS. El proveedor está obligado a informar al consumidor en pesos colombianos el precio de venta al público, incluidos todos los impuestos y costos adicionales de los productos. El precio debe informarse visualmente y el consumidor solo estará obligado a pagar el precio anunciado. Las diferentes formas que aseguren la información visual del precio y la posibilidad de que en algunos sectores se indique el precio en moneda diferente a pesos colombianos, serán determinadas por la Superintendencia de Industria y Comercio.

*Los costos adicionales al precio, generados por estudio de crédito, seguros, transporte o cualquier otra erogación a cargo del consumidor, deberá ser informada adecuadamente, especificando el motivo y el valor de los mismos. **En el evento de que aparezcan dos (2) o más precios, que existan tachaduras o enmendaduras, el consumidor sólo estará obligado al pago del precio más bajo de los que aparezcan indicados, sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar de conformidad con la presente ley.***

Cuando el producto esté sujeto a control directo de precios por parte del Gobierno Nacional, el fijado por este será el precio máximo al consumidor y deberá ser informado por el productor en el cuerpo mismo del producto, sin perjuicio del menor valor que el proveedor pueda establecer.

PARÁGRAFO 1o. Los organismos o autoridades encargados de establecer o fijar precios de bienes o servicios ordenarán la publicación de las disposiciones respectivas en el Diario Oficial y al menos en dos (2) diarios de amplia circulación nacional. Los proveedores y productores tendrán dos (2) días a partir de la publicación en el Diario Oficial, para adecuar todos sus precios a lo ordenado por la autoridad.

PARÁGRAFO 2o. La Superintendencia de Industria y Comercio determinará las condiciones mínimas bajo las cuales operará la información pública de precios de los productos que se ofrezcan a través de cualquier medio electrónico, dependiendo de la naturaleza de este.” (Negrilla y subrayado fuera del texto original).

Que esta disposición se encuentra desarrollada en el numeral 2.1.2.2. del Capítulo Segundo, del Título II de la Circular Única de esta Entidad, en donde se indica lo siguiente:

2.1.2.2. Propaganda comercial de precios. Si en la propaganda comercial se indica el precio del producto o servicio deberá tenerse en cuenta lo siguiente:

a) **El precio debe corresponder al precio total del producto, incluido los impuestos o cualquier cargo adicional a que hubiere lugar y anunciarse en forma clara, visible y legible.**

b) Cuando se afirme que el precio del producto o servicio es el más barato, el de menor precio o el más económico o se compare con el precio del mercado de otros establecimientos o empresas, dicha información deberá tener los soportes documentales pertinentes.

(...)

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

e) *Se considera que se induce a error al consumidor cuando se compara el nuevo precio con el antiguo y éste último es mayor y ha sido incrementado durante el mes anterior a la fecha en la que se efectúe el anuncio.”* (Negrilla y subrayado fuera del texto original).

DÉCIMO TERCERO: Que en relación con la publicidad, entendida como toda comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo, el artículo 29 de la Ley 1480 de 2011, establece su carácter vinculante, y la obligatoriedad para el anunciante en el cumplimiento de las condiciones objetivas y específicas relacionadas en la pieza publicitaria.

“ARTÍCULO 29. FUERZA VINCULANTE. *Las condiciones objetivas y específicas anunciadas en la publicidad obligan al anunciante, en los términos de dicha publicidad”.*

DÉCIMO CUARTO: Que la publicidad engañosa se encuentra prohibida, y en caso de existir, será el anunciante el responsable de los perjuicios que cause dicha publicidad.

“ARTÍCULO 30. PROHIBICIONES Y RESPONSABILIDAD. *Está prohibida la publicidad engañosa. El anunciante será responsable de los perjuicios que cause la publicidad engañosa. El medio de comunicación será responsable solidariamente solo si se comprueba dolo o culpa grave. En los casos en que el anunciante no cumpla con las condiciones objetivas anunciadas en la publicidad, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, deberá responder frente al consumidor por los daños y perjuicios causados”.*

DÉCIMO QUINTO: Que respecto de la protección a los derechos de los consumidores en sus compras virtuales, el Estatuto del Consumidor dispone lo siguiente:

“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:*

a) *Informar en todo momento de forma cierta, fidedigna, suficiente, clara, accesible y actualizada su identidad especificando su nombre o razón social, Número de Identificación Tributaria (NIT), dirección de notificación judicial, teléfono, correo electrónico y demás datos de contacto.*

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.

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.

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

d) Publicar en el mismo medio y en todo momento, las condiciones generales de sus contratos, que sean fácilmente accesibles y disponibles para su consulta, impresión y descarga, antes y después de realizada la transacción, así no se haya expresado la intención de contratar.

Previamente a la finalización o terminación de cualquier transacción de comercio electrónico, el proveedor o expendedor deberá presentar al consumidor un resumen del pedido de todos los bienes que pretende adquirir con su descripción completa, el precio individual de cada uno de ellos, el precio total de los bienes o servicios y, de ser aplicable, los costos y gastos adicionales que deba pagar por envío o por cualquier otro concepto y la sumatoria total que deba cancelar. Este resumen tiene como fin que el consumidor pueda verificar que la operación refleje su intención de adquisición de los productos o servicios ofrecidos y las demás condiciones, y de ser su deseo, hacer las correcciones que considere necesarias o la cancelación de la transacción. Este resumen deberá estar disponible para su impresión y/o descarga.

La aceptación de la transacción por parte del consumidor deberá ser expresa, inequívoca y verificable por la autoridad competente. El consumidor debe tener el derecho de cancelar la transacción hasta antes de concluirla.

Concluida la transacción, el proveedor y expendedor deberá remitir, a más tardar el día calendario siguiente de efectuado el pedido, un acuse de recibo del mismo, con información precisa del tiempo de entrega, precio exacto, incluyendo los impuestos, gastos de envío y la forma en que se realizó el pago.

Queda prohibida cualquier disposición contractual en la que se presuma la voluntad del consumidor o que su silencio se considere como consentimiento, cuando de esta se deriven erogaciones u obligaciones a su cargo.

e) Mantener en mecanismos de soporte duradero la prueba de la relación comercial, en especial de la identidad plena del consumidor, su voluntad expresa de contratar, de la forma en que se realizó el pago y la entrega real y efectiva de los bienes o servicios adquiridos, de tal forma que garantice la integridad y autenticidad de la información y que sea verificable por la autoridad competente, por el mismo tiempo que se deben guardar los documentos de comercio.

f) Adoptar mecanismos de seguridad apropiados y confiables que garanticen la protección de la información personal del consumidor y de la transacción misma. El proveedor será responsable por las fallas en la seguridad de las transacciones realizadas por los medios por él dispuestos, sean propios o ajenos.

Cuando el proveedor o expendedor dé a conocer su membrecía o afiliación en algún esquema relevante de autorregulación, asociación empresarial, organización para resolución de disputas u otro organismo de certificación, deberá proporcionar a los consumidores un método sencillo para verificar dicha información, así como detalles apropiados para contactar con dichos organismos, y en su caso, tener acceso a los códigos y prácticas relevantes aplicados por el organismo de certificación.

g) Disponer en el mismo medio en que realiza comercio electrónico, de mecanismos para que el consumidor pueda radicar sus peticiones, quejas o reclamos, de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de la radicación, incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento.

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.

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

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.

PARÁGRAFO. El proveedor deberá establecer en el medio de comercio electrónico utilizado, un enlace visible, fácilmente identificable, que le permita al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor de Colombia.

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.

PARÁGRAFO 1o. Para los efectos del presente artículo, se entienden por participantes en el proceso de pago, los emisores de los instrumentos de pago, las entidades administradoras de los Sistemas de Pago de Bajo Valor, los bancos que manejan las cuentas y/o depósitos bancarios del consumidor y/o del proveedor, entre otros.

PARÁGRAFO 2o. El consumidor tendrá derecho a reversar los pagos correspondientes a cualquier servicio u obligación de cumplimiento periódico, por cualquier motivo y aún sin que medie justificación alguna, siempre que el pago se haya realizado a través de una operación de débito automático autorizada previamente por dicho consumidor, en los términos que señale el gobierno Nacional para el efecto.”

DÉCIMO SEXTO: 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

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

prevenir y controlar la propagación del COVID-19 y mitigar sus efectos; emergencia prorrogada hasta el próximo 31 de agosto, 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, que habilitan el funcionamiento de determinados sectores para garantizar a toda la población la adquisición de bienes de primera necesidad. Posteriormente, el Gobierno Nacional, debido al progresivo incremento de contagios y muertes ocasionadas por el coronavirus Covid-19, ha ido ampliando sucesivamente la medida de aislamiento preventivo obligatorio, y actualmente, se encuentra vigente hasta el 15 de julio, en el marco de la Emergencia Sanitaria y como medida para prevenir, contener y mitigar los efectos de la pandemia en el país.

DÉCIMO SÉPTIMO: Que el artículo 5º de la Ley 1751 de 2015 establece que el Estado es responsable de respetar, proteger y garantizar el goce efectivo del derecho fundamental a la salud, y señala, en su artículo 10, como deberes de las personas frente al derecho fundamental, los de *‘propender por su autocuidado, el de su familia y el de su comunidad’* y el de *‘actuar de manera solidaria ante situaciones que pongan en peligro la vida y la salud de las personas’*.

DÉCIMO OCTAVO: Que de manera conjunta, los Ministerios de Salud y Protección Social y de Comercio, Industria y Turismo, expidieron la Circular No. 11 del 10 de marzo de 2020², mediante la cual se establecieron recomendaciones para la contención de la epidemia por el nuevo coronavirus (Covid-19) en los sitios y eventos de alta afluencia de personas, la cual establece en el numeral 3º, respecto de los centros comerciales, lo siguiente:

“En las edificaciones y centros comerciales se deben aplicar las medidas higiénicas de limpieza y desinfección de los pasamanos de las escaleras, por lo menos, dos veces al día. Su frecuencia puede aumentar según el volumen de usuarios. Esta recomendación debe sumarse a las demás medidas aplicadas y que se ajustan a las normas vigentes”.

DÉCIMO NOVENO: Que el 18 de marzo de 2020, el Ministerio de Salud y Protección Social expidió el documento denominado *“Orientaciones dirigidas a representantes legales y administradores de establecimientos abiertos al público objetos de inspección, vigilancia y control sanitario para la contención de la infección respiratoria aguda por Covid-19 – (Código GIPG12)”*³, con el fin de orientar a las autoridades sanitarias para que informaran a los representantes legales y administradores de establecimientos abiertos al público, las recomendaciones para contener la infección respiratoria aguda por Covid – 19. En ese sentido, el numeral 3 de dicho documento establece los siguientes lineamientos para los centros comerciales y grandes superficies:

3. CENTROS COMERCIALES Y GRANDES SUPERFICIES. El representante legal o administrador de estos establecimientos deben:

- Informar a su equipo de trabajo las acciones de prevención y mitigación de la transmisión del COVID-19. Esta información puede ser consultada y descargada de las campañas dispuestas en el sitio web: <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PET/Paginas/Covid-19.aspx>.
- Implementar las medidas de prevención y mitigación del COVID-19 en el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, de acuerdo con lo definido por el Ministerio de Trabajo
- Los trabajadores que tienen contacto con usuarios, consumidores y público en general, así como a las personas de servicios generales, que adelantan labores de limpieza y desinfección deben contar con elementos de protección personal (tapabocas y guantes) y dar las instrucciones para el correcto uso.
- Actualizar, activar e implementar los planes de contingencia con las medidas de prevención y mitigación del COVID-19, que involucre a los propietarios y trabajadores de los establecimientos comerciales que se encuentran dentro del centro comercial y grandes superficies.

² <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/circular-externa-11-de-2020.pdf>

³ <https://www.minsalud.gov.co/Ministerio/Institucional/Procesos%20y%20procedimientos/GIPG12.pdf>

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

• Revisar y reforzar los protocolos de limpieza y desinfección de las áreas comunes de mayor afluencia de población flotante, usuarios, consumidores y visitantes, en especial las áreas de plazoleta de comidas, baños, ascensores, escaleras eléctricas, parques infantiles, puntos de información, puertas de acceso, entre otros, aumentando frecuencias de estos procedimientos.

• Contar con el almacenamiento y suministro permanente de agua para consumo humano, para las actividades de lavado de manos, limpieza y desinfección de áreas.

• Aumentar frecuencia de recolección de residuos sólidos de establecimientos, áreas comunes y áreas de baños.

• Garantizar en los baños públicos en el área de lavado de manos, jabón líquido y toallas desechables.

• Disponer de dispensadores de gel antibacterial en las puertas principales.

• Restringir el desarrollo de eventos sociales de aquellos establecimientos que ofertan estos servicios.

• Establecer el protocolo con medidas de prevención y mitigación de la transmisión del COVID-19, que deben cumplir los proveedores y productores de bienes y servicios.

• Todos los establecimientos deben implementar medidas de control de ingreso de usuarios y consumidores, para evitar que se supere el aforo máximo y se sugiere mínimo 2 metros de distancia entre usuario y usuario.

• Todos los establecimientos deben disponer de dispensadores de gel antibacterial para uso de trabajadores, usuarios y consumidores.

• Establecer una estrategia de información que permita a usuarios, consumidores y visitantes conocer las medidas de prevención frente al COVID-19.(Negrilla y subrayado fuera del texto original).

VIGÉSIMO: Que si bien mediante comunicado del 18 de marzo de 2020, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), instó a los Estados a adoptar medidas urgentes para estimular la economía y el empleo en medio de la pandemia por el brote del Covid-19, los protocolos de bioseguridad para el desarrollo de esas actividades tienen elementos que deben ser atendidos con el fin de prevenir al máximo el contagio, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia del Coronavirus (Covid-19) y minimizar los factores que pueden generar la transmisión de la enfermedad. En ese sentido, el Gobierno Nacional mediante la Resolución No. 666 del 24 de abril de 2020⁴, “Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia del Coronavirus COVID-19”, adoptó las medidas de bioseguridad para todas las actividades económicas y sociales, orientadas a minimizar los factores que pueden generar la transmisión de la enfermedad y las cuales deben ser implementadas por los empleadores de los sectores públicos y privados. En este sentido, cobran especial importancia, las responsabilidades en la implementación de acciones que permitan garantizar la protección integral no sólo de los trabajadores o contratistas, sino también de las demás personas que llegasen a estar presentes en las instalaciones o lugares de trabajo, así como la difusión de información relacionada con el Covid-19 a la comunidad en general:

“Artículo 3. Responsabilidades. Son responsabilidades a cargo del empleador o contratante y del trabajador, contratista cooperado o afiliado partícipe, vinculado mediante contrato de prestación de servicios o de obra, las siguientes:

3.1. A cargo del empleador o contratante

3.1.1. Adoptar, adaptar e implementar las normas contenidas en esta resolución.

3.1.2. Capacitar a sus trabajadores y contratistas vinculados mediante contrato de prestación de servicios o de obra las medidas indicadas en este protocolo.

3.1.3. Implementar las acciones que permitan garantizar la continuidad de las actividades **y la protección integral** de los trabajadores, contratistas vinculados mediante contrato de prestación de servicios o de obra, **y demás personas que estén presentes en las instalaciones o lugares de trabajo.**

(...)

⁴ <https://id.presidencia.gov.co/Documents/200424-Resolucion-666-MinSalud.pdf>

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

3.1.6. Incorporar en los canales oficiales de comunicación y puntos de atención establecidos la información relacionada con la prevención, propagación y atención del COVID-19 con el fin de darla a conocer a sus trabajadores, contratistas vinculados mediante contrato de prestación de servicios o de obra y comunidad en general. (Negrilla y subrayado fuera del texto original).

A continuación, se relacionan algunos numerales del Anexo Técnico de dicha Resolución, el cual contiene el Protocolo de Bioseguridad, con el fin de destacar aquellos apartes del documento que se relacionan con la adopción y ejecución de acciones de esta naturaleza, respecto de los clientes y/o consumidores. Así las cosas, dicho documento contiene entre otras, las siguientes definiciones:

“Bioseguridad: conjunto de medidas preventivas que tienen por objeto eliminar o minimizar el factor de riesgo biológico que pueda llegar a afectar la salud, el medio ambiente o la vida de las personas, asegurando que el desarrollo o producto final de dichos procedimientos no atenten contra la salud y seguridad de los trabajadores.

(...)

Contacto estrecho: es el contacto entre personas en un espacio de 2 metros o menos de distancia, en una habitación o en el área de atención de un caso de COVID-2019 confirmado o probable, durante un tiempo mayor a 15 minutos, o contacto directo con secreciones de un caso probable o confirmado mientras el paciente es considerado infeccioso.

(...)

Desinfección: es la destrucción de microorganismos de una superficie por medio de agentes químicos o físicos.

(...)

Mascarilla Quirúrgica: elemento de protección personal para la vía respiratoria que ayuda a bloquear las gotitas más grandes de partículas, derrames, aerosoles o salpicaduras, que podrían contener microbios, virus y bacterias, para que no lleguen a la nariz o la boca”.

Que como medidas generales para la contención de la transmisión del virus, se describen las siguientes:

“3.1 Medidas generales. Las medidas que han demostrado mayor evidencia para la contención de la transmisión del virus son las siguientes;

- Lavado de manos - Distanciamiento social - Uso de tapabocas.

Adicional a estas medidas y teniendo en cuenta los mecanismos de diseminación del virus (gotas y contacto), se deben fortalecer los procesos de limpieza y desinfección de elementos e insumos de uso habitual, superficies, equipos de uso frecuente, el manejo de residuos producto de la actividad o sector, adecuado uso de Elementos de Protección Personal-EPP y optimizar la ventilación del lugar y el cumplimiento de condiciones higiénicas sanitarias”.

A su vez, el numeral 4 del Anexo Técnico referente a la prevención y manejo de situaciones de riesgo de contagio, contempla la adopción de protocolos de interacción con terceros, entre los cuales se encuentran los clientes o consumidores:

4.1.7 interacción con terceros (proveedores, clientes, aliados, etc.)

- **Definir protocolos de interacción** con proveedores, clientes y personal externo a la empresa. En particular, se deberá usar siempre el tapabocas y guantes no estéril o nitrilo o caucho, realizar el protocolo de lavado de manos, **mantener la distancia mínima de**

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

2 metros entre las personas, reunirse en lugares predeterminados, seguir el protocolo de etiqueta respiratoria, entre otros.

- **Se deben establecer los turnos para los proveedores y clientes para que pueden estar en las instalaciones**. Estos deben tener en cuenta las condiciones de los lugares a los cuales puedan acceder, asegurando el distanciamiento social y evitando aglomeraciones.
- Fomentar el pago con tarjeta y otras plataformas digitales, para reducir el uso de dinero en efectivo. **En caso de no ser posible se recomienda pagar el monto exacto de la compra y evitar la firma de recibido del producto. A menos que utilice su propio lapicero**. (Negrilla y subrayado fuera del texto original).

De igual manera, este documento técnico, establece que todas las empresas deben contar con un Plan de Comunicaciones claro y oportuno dirigido a toda la cadena de valor de la actividad económica, lo cual, indudablemente contempla a los clientes o consumidores:

“7. Plan de comunicaciones

- Todas las empresas deben contar con un plan de comunicaciones donde se divulgue la información pertinente a todos los actores relevantes, **incluyendo clientes**, proveedores y personal, sindicatos y organizaciones de trabajadores. En particular, se debe desarrollar un sistema de comunicación claro y oportuno con todos los trabajadores.
- Mantener las líneas de contacto e información actualizadas a través de los medios que se dispongan en caso de cualquier emergencia.
- En particular, se deben divulgar las medidas contenidas en esta circular y la información sobre generalidades y directrices dadas por el Ministerio de Salud y Protección Social en relación con los síntomas de alarma, lineamientos y protocolos para la preparación, respuesta y atención ante la presencia del COVID-19 en el territorio nacional, así como en el departamento o municipio donde opera la empresa.
- Brindar mensajes continuos a todos los trabajadores y demás personal que preste sus servicios en las empresas, autocuidado y las pausas activas para desinfección. Se debe reiterar a todo el personal, la importancia de lavarse las manos constantemente y del distanciamiento social (no abrazar, besar ni dar la mano).
- Divulgar a la población trabajadora del sector, los protocolos de prevención de contagio de COVID-19 y de atención de casos sospechosos de contagio, en articulación con las Entidades Promotoras de Salud- EPS y con la asesoría y asistencia técnica de las ARL.
- **Establecer mecanismos de información al usuario de forma visible, legible, que sean oportunos, claros y concisos, a través de sus redes sociales, carteleras, afiches o cualquier otro medio de difusión, sobre las medidas de prevención y atención**. Se deben utilizar medios de comunicación internos, mensajes por alto parlantes, protectores de pantalla de los computadores, aplicaciones digitales donde se recuerde a los trabajadores el protocolo del lavado de manos, antes de iniciar su labor. Se deben tener en cuenta las infografías y demás lineamientos expedidos por el Ministerio de Salud y Protección Social.
- Realizar charlas informativas periódicas a los trabajadores y al personal que preste sus servicios en las empresas respecto de la implementación de medidas de prevención (distancia social, correcto lavado de manos, cubrimiento de nariz y boca con el codo al toser), uso adecuado de elementos de protección personal e identificación de síntomas (fiebre, tos seca y dificultad para respirar). Cuando sean presenciales, estas actividades deben realizarse en grupos no mayores de cinco (5) personas y a 2 metros de distancia entre cada persona”. (Negrilla y subrayado fuera del texto original).

VIGÉSIMO PRIMERO: 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 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

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

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. (...)”

VIGÉSIMO SEGUNDO: Que mediante el Decreto Legislativo 637 del 6 de mayo de 2020, se declaró el Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica en todo el territorio nacional, por el término de treinta (30) días calendario, el cual dispuso en su artículo 3 lo siguiente:

*“**Artículo 3.** El Gobierno nacional adoptará mediante decretos legislativos, además de las medidas anunciadas en la parte considerativa de este decreto, **todas aquellas medidas adicionales necesarias para conjurar la crisis e impedir la extensión de sus efectos,** así mismo dispondrá las operaciones presupuestales necesarias para llevarlas a cabo.”*
(Negrilla fuera del texto original).

VIGÉSIMO TERCERO: Que en el marco de las medidas enunciadas en el precitado Decreto, el Gobierno Nacional mediante **Decreto Legislativo 682 de 21 de mayo de 2020** estableció la exención especial del impuesto sobre las ventas -IVA para determinados bienes corporales muebles que sean enajenados dentro del territorio nacional los días 19 de junio, 3 de julio y 19 de julio de 2020, con el fin de reactivar la economía de aquellos sectores que se han visto perjudicados por los efectos de la pandemia del coronavirus- COVID 19 y también para incentivar el consumo mediante el otorgamiento de un beneficio económico consistente en la disminución del valor del impuesto sobre las ventas -IVA al precio de venta.

Para el efecto, el referido Decreto en el artículo 6 señaló la obligación de expedir la factura o documento equivalente (factura electrónica, litográfica o documento equivalente POS, según corresponda), que debe cumplirse mediante los sistemas de facturación vigente y la cual debe ser emitida en el día en el cual se efectuó la enajenación de los bienes. Además, previó que los bienes cubiertos de la exención debían ser entregados al consumidor final **dentro de las dos (2) semanas siguientes, contadas a partir de la fecha en la cual se expidió la factura o documento equivalente.**

En relación con el número de unidades se precisó que el consumidor final puede adquirir hasta tres (3) unidades del mismo bien cubierto por el beneficio y enajenado por el mismo responsable, para lo cual determinó como unidades de un mismo bien cubierto aquellas que pertenecen al mismo género sin consideración de la referencia o marca.

Finalmente, se determinó que los pagos por concepto de venta de bienes cubiertos solamente podrán efectuarse a través de tarjetas débito, crédito, y otros mecanismos de pago electrónico, es decir, mediante instrumentos presenciales que permitan extinguir una obligación dineraria a través de mensajes de datos en los que intervenga al menos una entidad vigilada por la Superintendencia

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

Financiera de Colombia y que la fecha del comprobante de pago (o voucher) por la adquisición de los bienes cubiertos deberá corresponder al mismo día en el cual se emite la factura o documento equivalente.

VIGÉSIMO CUARTO: Que en ejercicio de las facultades de inspección, vigilancia y control asignadas a esta Superintendencia, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor realizó los días 16 al 19 de junio de 2020, vistas administrativas a diferentes proveedores de bienes y servicios, con la finalidad de verificar el cumplimiento tanto de las normas de protección al consumidor, como la observancia de las condiciones establecidas en el Decreto 682 de 2020, en lo que refiere a la protección de los derechos de los consumidores.

Que en desarrollo de las actividades mencionadas se identificaron aglomeraciones, que habrían conducido a posibles vulneraciones de las directrices que en materia de bioseguridad ha establecido el Gobierno Nacional con ocasión de la pandemia generada por el Covid-19, lo cual pondría en riesgo los derechos fundamentales a la vida y la salud de los consumidores. A su vez, se identificaron posibles vulneraciones a los derechos de los consumidores relacionadas con promociones y ofertas (vigentes o previstas para esta jornada especial), información pública de precios y publicidad; 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, en las próximas jornadas en las que aplicará el mencionado beneficio tributario, las cuales están previstas para los días 3 y 19 de julio del año en curso.

VIGÉSIMO QUINTO: CONSIDERACIONES DE LA DIRECCIÓN.

25.1 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”*⁵, 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.

(...)

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.

(...)

⁵ 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 general con el fin de evitar que se cause daño o perjuicio a los consumidores”

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 infractores⁶.⁷

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 (...)”⁸.

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”⁹.

De igual modo, se hace necesario señalar que en el numeral 9° 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.

25.2 Presuntas vulneraciones a los derechos de los consumidores en el marco de la jornada de exención especial del IVA establecida en el Decreto Legislativo 682 de 2020.

La Superintendencia de Industria y Comercio, a través de la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, recibió entre el 1º y 22 de junio del año en curso, cuatrocientas noventa y tres (493)

⁶ 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.”.

⁷ 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.

⁸ Consejo de Estado. Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Tercera. Subsección A. C.P. Mauricio Fajardo Gómez. 3 de octubre de 2012.

⁹ Corte Constitucional. Sentencia C-570 de 2012. M.P. Jorge Ignacio Pretelt Chaljub.

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

denuncias por posibles conductas vulneradoras a los derechos de los consumidores por motivos relacionados con la medida de exención especial del IVA., del pasado 19 de junio de 2020.

Ahora bien, tal como se mencionó en el considerando vigésimo cuarto, en ejercicio de sus facultades de inspección y vigilancia, la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor practicó visitas administrativas de inspección entre el 16 y el 19 de junio¹⁰, con el fin de monitorear la operatividad y aspectos relacionados con la publicidad, la información pública de precios, las condiciones de tiempo, modo y lugar de promociones y ofertas, entre otros aspectos propios de algunos proveedores de bienes y servicios a través de comercio electrónico que se acogieron a la medida de exención tributaria.

Luego de realizadas estas verificaciones, esta Superintendencia pudo evidenciar presuntas vulneraciones al Estatuto del Consumidor, así como la posible inobservancia al Decreto Legislativo 682, por los supuestos que se relacionan a continuación:

- Los proveedores de bienes y servicios a través de comercio electrónico, no habrían informado de manera precisa y oportuna, si participaban o no en la jornada de exención del IVA.
- La información respecto de la aplicabilidad de la exención tributaria, no habría sido clara y suficiente en algunos de los productos ofrecidos en las páginas web.
- La publicidad de algunos anunciantes incluiría afirmaciones, mensajes o proclamas, en las que se aduce que el IVA., es asumido por ellos, situación que puede dar lugar a confusiones en tanto que, de tratarse de productos incluidos en la dinámica de la exención, el empresario no estaría asumiendo el porcentaje del impuesto sino que, simplemente, el consumidor dejaría de pagarlo.
- La publicidad de algunos anunciantes incluiría afirmaciones sobre beneficios tributarios que ya existían con anterioridad a la expedición del Decreto Legislativo 682 de 2020.
- La información podría ser insuficiente respecto de las alteraciones en la operatividad de las páginas web y consecuentes demoras en tiempos de espera, lo que se tradujo en la imposibilidad para algunos consumidores de realizar sus compras con el beneficio tributario.
- En los términos y condiciones de algunos proveedores de bienes y servicios a través de comercio electrónico, se estaría eludiendo la responsabilidad por posibles inexactitudes en los precios.
- La información específica sobre las condiciones aplicables para el día sin IVA en algunas de las páginas web visitadas podría ser insuficiente.
- La información sobre la vigencia de las promociones u ofertas, durante el proceso de selección de productos en algunas páginas web de proveedores de bienes y servicios a través del comercio electrónico, podría no estar presente o ser insuficiente.
- El enlace para que el consumidor, formule sus peticiones, quejas o reclamos, en algunas páginas web de los proveedores de bienes y servicios a través de comercio electrónico, podría no estar presente o no ser fácilmente accesible por los consumidores.

En adición, en ejercicio de las funciones asignadas a esta Entidad, en virtud de lo dispuesto en los numerales 62 y 63 del artículo 1º del Decreto 4886 de 2011 y los numerales 1 y 5 del artículo 12, del mismo Decreto, entre el 18 y 19 de junio de 2020 se practicaron once (11) visitas administrativas de inspección¹¹ en algunos de los establecimientos de comercio de proveedores de bienes y servicios que participaron en esta jornada, con la finalidad de verificar los siguientes aspectos:

- a. Información pública de precios.** En este aspecto se verificó la indicación del precio en pesos colombianos, los medios utilizados para informar el precio, la forma en que el precio se anuncia (con IVA o sin IVA, o en UVT), y que el precio anunciado corresponda al facturado.
- b. Información al consumidor.** En este aspecto se verificó la información suministrada a los consumidores sobre la implementación o no de la medida de exención del IVA en el establecimiento, la información sobre los medios de pago autorizados para recibir el beneficio, la información sobre la condición de que el comprador sea persona natural y consumidor final para acceder al beneficio tributario, la información sobre tiempos de entrega acorde con el límite temporal establecido en el Decreto Legislativo, la información sobre el límite de unidades que

¹⁰ 20-180274, 20-182160, 20-182815, 20-182152, 20-187211, 20-179402, 20-179417, 20-187234, 20-183011, 20-180748, 20-181601, 20-180905, 20-180908, 20-187178, 20-187180, 20-187182, 20-180423, 20-187204

¹¹ 20-181431, 20-181435, 20-181440, 20-182755, 20-182764, 20-182818, 20-182781, 20-182799, 20-182771, 20-182812, 20-182815.

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

podrían adquirir para recibir el beneficio, la información sobre las categorías de los bienes que hacen parte del beneficio, y la información sobre el límite de UVT para acceder al beneficio tributario.

- c. **Información de promociones u ofertas.** En este aspecto se verificó la información sobre las condiciones de tiempo, modo y lugar para acceder a las promociones, los medios utilizados para informar dichas condiciones, las políticas de cambio de los productos en promoción, y la aplicación del beneficio tributario a los productos en promoción.
- d. **Políticas de cambio y garantía de los productos exentos de IVA.** En este aspecto se verificó la información sobre modificaciones a las políticas de cambio o garantía de los productos adquiridos con el beneficio de exención de IVA.
- e. **Facturación.** En este aspecto se verificó la inclusión en la factura o documento equivalente de: la identificación del consumidor, la aplicación del beneficio tributario y el medio de pago utilizado.
- f. **Calidad del servicio de posventa.** En este aspecto se verificó la adopción de medidas orientadas a optimizar la operación logística y cumplir con tiempos de entrega.
- g. **Calidad del servicio al cliente:** En este aspecto se verificó la adopción de medidas orientadas a garantizar la atención oportuna y efectiva de las peticiones, quejas y reclamos que puedan presentar los consumidores en las fechas de exención de IVA, tanto en los canales presenciales como no presenciales.
- h. **Protocolos de bioseguridad:** En este aspecto se verificó la adopción e implementación de protocolos orientados a mitigar el riesgo de contagio o propagación del Covid-19.

En desarrollo de las anteriores visitas de inspección, practicadas en los establecimientos de comercio, se identificaron conductas que podrían constituir posibles vulneraciones a los derechos de los consumidores, como son las siguientes:

- No se habría empleado información ni publicidad que indicara a los consumidores de manera clara y precisa, que el establecimiento participaba en la jornada de exención del IVA.
- La información de los productos y referencias cubiertas con la exención no habría sido notoria, suficiente y comprensible, por lo que los consumidores no habrían conocido que a esos productos les aplicaba el beneficio.
- La indicación pública de precios habría contenido información engañosa, en cuanto a los productos que, por disposición de otra normatividad, se encuentran exentos de manera habitual del IVA.
- El precio de algunos productos no habría sido informado mediante etiquetas o avisos en los puntos de exhibición.
- Las etiquetas de precio o de aplicación del beneficio tributario, no se habrían dispuesto antes del inicio de la jornada en la totalidad de productos cubiertos.
- El precio informado en el punto de exhibición o en la etiqueta de algunos productos, no habría coincidido con el que se facturó.
- Algunos productos facturados, que hacían parte de los segmentos de bienes exentos de IVA, no reflejaron el descuento del impuesto en la facturación. No se habría informado a los consumidores sobre la incidencia en el precio de los productos, de las variaciones en la tasa de cambio del dólar.
- La información relacionada con la vigencia de las promociones u ofertas, no habría sido suficiente, oportuna y comprensible.
- No se habría brindado capacitación al personal de los establecimientos, sobre el Decreto 682 de 2020.
- Se habrían presentado desórdenes, aglomeraciones y posibles omisiones a los protocolos de bioseguridad.
- En algunos establecimientos de comercio, no se habría respetado la medida de distanciamiento social en los puntos de exhibición y góndolas de los productos.

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

- Algunos establecimientos habrían abierto con posterioridad a la hora informada, lo cual habría generado aglomeraciones, desórdenes y tumultos en los puntos de acceso a los establecimientos de comercio.

Además de los hallazgos mencionados, los cuales evidencian presuntas infracciones a las normas contenidas en el Estatuto del Consumidor, esta Superintendencia evidenció el pasado 19 de junio de 2020, aglomeraciones en el acceso a establecimientos de comercio, situación que desconoce las medidas de bioseguridad expedidas por las diferentes autoridades sanitarias para evitar o mitigar el riesgo de contagio del Covid-19, constituyendo así un riesgo para la vida, la salud e integridad de los consumidores. Lo anterior, podría ocasionar un incremento de contagios como consecuencia de las aglomeraciones y desórdenes que se presentaron en las filas de acceso y al interior de los establecimientos, a lo cual se sumaría la posible falta de rigurosidad en la vigilancia de los protocolos de bioseguridad y fallas en la comunicación brindada a los consumidores sobre prevención del Covid-19.

En mérito de lo expuesto, al evidenciar que pueden existir problemáticas asociadas a presuntas fallas en la información pública de precios, en las promociones y ofertas, la publicidad y el funcionamiento de las páginas a través de las cuales los proveedores ofrecieron a través de comercio electrónico sus bienes y servicios, en la primera jornada de exención especial del IVA, del 19 de junio de 2020, a lo cual se suman los posibles riesgos en materia de bioseguridad, 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 imparte las órdenes administrativas que se indican a continuación, necesarias para garantizar los derechos de los consumidores en todo el país:

ORDENAR a los proveedores de bienes y servicios que participen en las jornadas de exención especial del IVA, bien sea en sus establecimientos de comercio o a través de comercio electrónico, de conformidad con lo establecido en el Decreto Legislativo No 682 del 21 de mayo de 2020, el CESE de prácticas vulneradoras de los derechos de los consumidores, para lo cual deberán:

- 1. INFORMAR** de manera clara, oportuna y suficiente si se ofrecerá o no el beneficio de exención del IVA a los consumidores. En caso afirmativo, indicar a qué productos les será aplicado el respectivo descuento, el valor máximo de los productos para acceder a la exención y el límite de unidades que puede adquirir cada consumidor.
- 2. INFORMAR** a los consumidores las condiciones que aplican a las jornadas de exención especial del impuesto sobre las ventas - IVA, para lo cual se deberá:
 - a) INCLUIR** en la información publicada a la entrada de los establecimientos de comercio, al interior de los mismos, en las páginas de comercio electrónico, en las redes sociales y demás medios de comunicación dirigidos a los consumidores, de manera clara, legible y de fácil comprensión, las condiciones necesarias para acceder al beneficio de exención del impuesto sobre las ventas - IVA.
 - b) INDICAR** de manera clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea las categorías de productos que de acuerdo con el Decreto Legislativo 682 de 2020 están cubiertas por la medida de exención del IVA, así como los valores límites en UVT con su respectiva equivalencia en pesos colombianos. Lo anterior, mediante el uso de carteleros, links o medios similares, que garanticen y faciliten el acceso del consumidor a esta información.
 - c) INCLUIR** en la información publicada a la entrada de los establecimientos de comercio, al interior de los mismos, en las páginas de comercio electrónico, en las redes sociales y demás medios de comunicación dirigidos a los consumidores, de manera clara, legible y de fácil comprensión, las condiciones especiales dispuestas por el comercializador para el acceso a las compras durante los días en que aplica el beneficio de exención del impuesto sobre las ventas – IVA.

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

- d) **INFORMAR** en el marco de las jornadas de aplicación de la exención especial del impuesto sobre las ventas – IVA, de manera clara, precisa y antes de concluir la transacción de compra, que la entrega de productos que no sean puestos a disposición del consumidor en dicho momento, se realizará a más tardar dentro de las dos (2) semanas siguientes a la emisión de la factura.
- e) **INFORMAR** en el marco de las jornadas de aplicación de la exención especial del impuesto sobre las ventas – IVA, de manera clara y precisa, antes de concluir la transacción de compra de productos comercializados a través de comercio electrónico u otras modalidades de ventas a distancia, la fecha en que será entregado el producto, la cual no podrá exceder las dos (2) semanas siguientes a la emisión de la factura.
- f) **DISEÑAR E IMPLEMENTAR PROTOCOLOS DE INFORMACIÓN** a través de los cuales se comuniquen de manera clara y precisa, aspectos relacionados con la capacidad operativa de las plataformas, los requerimientos tecnológicos para la efectividad de la transacción, el tiempo de espera en la fila y la hora de atención programada de acuerdo al turno asignado y demás aspectos propios que garanticen la calidad de la transacción. Así mismo, durante la jornada de exención del IVA deberá actualizarse la información, si se presentan variaciones en las condiciones inicialmente informadas, así como las razones de la misma. Lo anterior, en caso de utilizar mecanismos como fila virtual, asignación de turnos u otros similares, para facilitar la atención de los consumidores.
- g) **ADOPTAR** mecanismos idóneos que suministren información clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea al consumidor sobre los **costos asociados a los productos** v.gr. transporte, instalación o cualquier otra erogación a cargo del consumidor.

3. INFORMAR EL PRECIO de los productos que se comercialicen en las jornadas en que aplica la exención especial del IVA, bien sea de manera presencial, en comercio electrónico o en otra modalidad de ventas a distancia, atendiendo a las siguientes reglas:

- a) **INFORMAR** de manera clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea, de acuerdo al sistema de fijación pública de precios utilizado y método de venta del que se trate¹², si el precio anunciado al público el día de la exención especial del IVA incluye o no el descuento del valor del impuesto. En todo caso, la disminución del valor del IVA siempre deberá verse reflejada al momento de expedirse la correspondiente factura.
- b) **INFORMAR** en caso de promociones y ofertas vigentes, de manera clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea, si el precio anunciado el día de la exención del IVA incluye o no (i) el beneficio de la exención y (i) el descuento anunciado.
- c) **ADOPTAR** mecanismos idóneos que suministren información clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea al consumidor sobre los productos que habitualmente ya se encuentran exentos de IVA por normas distintas y expedidas con antelación al Decreto Legislativo 682 de 2020.

4. De otorgarse la exención especial del impuesto sobre las ventas IVA, AJUSTAR todas las piezas de comunicación empleadas con ocasión de la jornada, para lo cual deberá:

- a) **INFORMAR** expresamente en las piezas de comunicaciones en las que se anuncie la implementación de la medida de exención especial del impuesto sobre

¹²a) En el cuerpo mismo del producto, mediante impresión o con etiquetas adheridas a su envase o empaque; b) En listas, ostensiblemente visibles al público; c) En etiquetas colocadas en las góndolas, anaqueles o estantes, siempre y cuando el producto esté debidamente codificado en la aplicación o programa informático de facturación que se utilice en el establecimiento de comercio y d) En forma contigua a la imagen o descripción del producto en caso de que desarrolle ventas a distancia mediante catálogo, folleto o comercio electrónico.

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

las ventas – IVA, que dicha exención corresponde a un incentivo otorgado por el Gobierno Nacional. Para efectos de los anterior, se deberá incluir en todas las piezas en las que se haga referencia a dicho beneficio la siguiente leyenda de manera clara: “El descuento que aplica a la presente venta, corresponde a la exención establecida en el Decreto Legislativo No. 682 del 21 de mayo de 2020. NO es una promoción”.

- b) **ABSTENERSE** de utilizar afirmaciones, proclamas, imágenes o texto, que transmitan el mensaje que el incentivo tributario de exención del impuesto sobre las ventas – IVA, es otorgado por el productor o proveedor o asumido por él en lugar del consumidor. Para el efecto, las piezas de comunicaciones utilizadas para anunciar la aplicación del beneficio de exención del impuesto sobre las ventas IVA, NO podrán incluir frases en las que se atribuyan dicho descuento, como: “el IVA es tuyo”, “te damos el IVA”, “hoy te descontamos el valor del IVA”, “te pagamos el IVA” u otras similares o equivalentes.

5. De no otorgarse la exención u ofrecer productos que no se encuentran cobijados por la exención especial del impuesto sobre las ventas IVA, **ABSTENERSE** de incluir en todas las piezas de comunicación imágenes, proclamas, textos alusivos al beneficio tributario otorgado por el Gobierno Nacional, que puedan generar confusión al consumidor sobre la aplicación del mismo.

6. **FORTALECER** las medidas de bioseguridad en las tiendas físicas, de manera que se mitigue el riesgo epidemiológico de contagio y propagación del Covid-19, el cual podría verse exacerbado por la exposición de los consumidores al exterior e interior de los establecimientos de comercio en los que se comercialicen productos cubiertos con el beneficio tributario de exención del impuesto sobre las ventas IVA, de conformidad con los protocolos y directrices, que para el efecto ha dispuesto el Gobierno Nacional y las autoridades locales.

En mérito de lo expuesto, esta Dirección

RESUELVE

ARTÍCULO 1: ORDENAR a los proveedores de bienes y servicios que participen en las jornadas de exención especial del IVA, bien sea en sus establecimientos de comercio o a través de comercio electrónico, de conformidad con lo establecido en el Decreto Legislativo No 682 del 21 de mayo de 2020, el CESE de prácticas vulneradoras de los derechos de los consumidores, para lo cual deberán:

1. **INFORMAR** de manera clara, oportuna y suficiente si se ofrecerá o no el beneficio de exención del IVA a los consumidores. En caso afirmativo, indicar a qué productos les será aplicado el respectivo descuento, el valor máximo de los productos para acceder a la exención y el límite de unidades que puede adquirir cada consumidor.
2. **INFORMAR** a los consumidores las condiciones que aplican a las jornadas de exención especial del impuesto sobre las ventas - IVA, para lo cual se deberá:
 - a) **INCLUIR** en la información publicada a la entrada de los establecimientos de comercio, al interior de los mismos, en las páginas de comercio electrónico, en las redes sociales y demás medios de comunicación dirigidos a los consumidores, de manera clara, legible y de fácil comprensión, las condiciones necesarias para acceder al beneficio de exención del impuesto sobre las ventas - IVA.
 - b) **INDICAR** de manera clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea las categorías de productos que de acuerdo con el Decreto Legislativo 682 de 2020 están cubiertas por la medida de exención del IVA, así como los valores límites en UVT con su respectiva equivalencia en pesos colombianos. Lo anterior, mediante el uso de carteleras, links o medios similares, que garanticen y faciliten el acceso del consumidor a esta información.

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

- c) **INCLUIR** en la información publicada a la entrada de los establecimientos de comercio, al interior de los mismos, en las páginas de comercio electrónico, en las redes sociales y demás medios de comunicación dirigidos a los consumidores, de manera clara, legible y de fácil comprensión, las condiciones especiales dispuestas por el comercializador para el acceso a las compras durante los días en que aplica el beneficio de exención del impuesto sobre las ventas – IVA.
- d) **INFORMAR** en el marco de las jornadas de aplicación de la exención especial del impuesto sobre las ventas – IVA, de manera clara, precisa y antes de concluir la transacción de compra, que la entrega de productos que no sean puestos a disposición del consumidor en dicho momento, se realizará a más tardar dentro de las dos (2) semanas siguientes a la emisión de la factura.
- e) **INFORMAR** en el marco de las jornadas de aplicación de la exención especial del impuesto sobre las ventas – IVA, de manera clara y precisa, antes de concluir la transacción de compra de productos comercializados a través de comercio electrónico u otras modalidades de ventas a distancia, la fecha en que será entregado el producto, la cual no podrá exceder las dos (2) semanas siguientes a la emisión de la factura.
- f) **DISEÑAR E IMPLEMENTAR PROTOCOLOS DE INFORMACIÓN** a través de los cuales se comuniquen de manera clara y precisa, aspectos relacionados con la capacidad operativa de las plataformas, los requerimientos tecnológicos para la efectividad de la transacción, el tiempo de espera en la fila y la hora de atención programada de acuerdo al turno asignado y demás aspectos propios que garanticen la calidad de la transacción. Así mismo, durante la jornada de exención del IVA deberá actualizarse la información, si se presentan variaciones en las condiciones inicialmente informadas, así como las razones de la misma. Lo anterior, en caso de utilizar mecanismos como fila virtual, asignación de turnos u otros similares, para facilitar la atención de los consumidores.
- g) **ADOPTAR** mecanismos idóneos que suministren información clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea al consumidor sobre los **costos asociados a los productos** [*v.gr. transporte, instalación o cualquier otra erogación a cargo del consumidor.*](#)

3. INFORMAR EL PRECIO de los productos que se comercialicen en las jornadas en que aplica la exención especial del IVA, bien sea de manera presencial, en comercio electrónico o en otra modalidad de ventas a distancia, atendiendo a las siguientes reglas:

- a) **INFORMAR** de manera clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea, de acuerdo al sistema de fijación pública de precios utilizado y método de venta del que se trate¹³, si el precio anunciado al público el día de la exención especial del IVA, incluye o no el descuento del valor del impuesto. En todo caso, la disminución del valor del IVA siempre deberá verse reflejada al momento de expedirse la correspondiente factura.
- b) **INFORMAR** en caso de promociones y ofertas vigentes, de manera clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea, si el precio anunciado el día de la exención del IVA, incluye o no (i) el beneficio de la exención y (i) el descuento anunciado.
- c) **ADOPTAR** mecanismos idóneos que suministren información clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea al consumidor

¹³ a) En el cuerpo mismo del producto, mediante impresión o con etiquetas adheridas a su envase o empaque; b) En listas, ostensiblemente visibles al público; c) En etiquetas colocadas en las góndolas, anaqueles o estantes, siempre y cuando el producto esté debidamente codificado en la aplicación o programa informático de facturación que se utilice en el establecimiento de comercio y d) En forma contigua a la imagen o descripción del producto en caso de que desarrolle ventas a distancia mediante catálogo, folleto o comercio electrónico.

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

sobre los productos que habitualmente ya se encuentran exentos de IVA por normas distintas y expedidas con antelación al Decreto Legislativo 682 de 2020.

4. De otorgarse la exención especial del impuesto sobre las ventas IVA, **AJUSTAR** todas las piezas de comunicación empleadas con ocasión de la jornada, para lo cual deberá:

- a) **INFORMAR** expresamente en las piezas de comunicaciones en las que se anuncie la implementación de la medida de exención especial del impuesto sobre las ventas – IVA, que dicha exención corresponde a un incentivo otorgado por el Gobierno Nacional. Para efectos de los anterior, se deberá incluir en todas las piezas en las que se haga referencia a dicho beneficio la siguiente leyenda de manera clara: “El descuento que aplica a la presente venta, corresponde a la exención establecida en el Decreto Legislativo No. 682 del 21 de mayo de 2020. NO es una promoción”.
- b) **ABSTENERSE** de utilizar afirmaciones, proclamas, imágenes o texto, que transmitan el mensaje que el incentivo tributario de exención del impuesto sobre las ventas – IVA, es otorgado por el productor o proveedor o asumido por él en lugar del consumidor. Para el efecto, las piezas de comunicaciones utilizadas para anunciar la aplicación del beneficio de exención del impuesto sobre las ventas IVA, NO podrán incluir frases en las que se atribuyan dicho descuento, como: “el IVA es tuyo”, “te damos el IVA”, “hoy te descontamos el valor del IVA”, “te pagamos el IVA” u otras similares o equivalentes.

5. De no otorgarse la exención u ofrecer productos que no se encuentran cobijados por la exención especial del impuesto sobre las ventas IVA, **ABSTENERSE** de incluir en todas las piezas de comunicación imágenes, proclamas, textos alusivos al beneficio tributario otorgado por el Gobierno Nacional, que puedan generar confusión al consumidor sobre la aplicación del mismo.

6. **FORTALECER** las medidas de bioseguridad en las tiendas físicas, de manera que se mitigue el riesgo epidemiológico de contagio y propagación del Covid-19, el cual podría verse exacerbado por la exposición de los consumidores al exterior e interior de los establecimientos de comercio en los que se comercialicen productos cubiertos con el beneficio tributario de exención del impuesto sobre las ventas IVA, de conformidad con los protocolos y directrices, que para el efecto ha dispuesto el Gobierno Nacional y las autoridades locales.

ARTÍCULO 2: ADVERTIR que contra el presente acto administrativo, no procede recurso alguno y el incumplimiento de las órdenes impartidas en la parte resolutive del presente acto administrativo, dará lugar a 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 3: COMUNICAR la presente decisión a la Federación Nacional de Comerciantes FENALCO, entregándole copia de la misma.

ARTÍCULO 4: COMUNICAR la presente decisión a la Asociación Nacional de Industriales ANDI, entregándole copia de la misma.

ARTÍCULO 5: COMUNICAR la presente decisión a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, entregándole copia de la misma.

ARTÍCULO 6: PUBLICAR el presente acto administrativo en el Diario Oficial y en la página web de esta Entidad.

ARTÍCULO 7: ORDENAR a la Oficina de Servicios al Consumidor y de Apoyo Empresarial (OSCAE) de la Superintendencia de Industria y Comercio, que proceda a divulgar el presente acto administrativo, a través de diferentes medios masivos de comunicación. Envíese la comunicación correspondiente entregándole copia de la misma.

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

PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C, 25 de junio de 2020

La Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor,



PAOLA ANDREA PÉREZ BANGUERA

COMUNICACIONES:

Entidad: **Cámara Colombiana de Comercio Electrónico**
Identificación: NIT. 900223319 - 6
E-mail de notificación judicial: maria.quinones@cce.org.co

Entidad: **Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI).**
Identificación: NIT. 890.900.762-5
Presidente: WILLIAM BRUCE MAC MASTER ROJAS
C.C 73104241
E-mail de notificación judicial: lnino@andi.com.co

Entidad: **Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO)**
Identificación: NIT. 860.013.488-7
Presidente: JAIME ALBERTO CABAL SANCLEMENTE
C.C 14879669
E-mail de notificación judicial: fenalco@fenalco.com.co

Entidad: **Superintendencia de Industria y Comercio - Oficina de Servicios al Consumidor y de Apoyo Empresarial - OSCAE**
Jefe de Oficina: ANGÉLICA ASPRILLA
E-mail: oscae@sic.gov.co

Proyectó: GIOC/ YAPG/JAMQ/AMGF
Revisó: PAPB/YAPG
Aprobó: PAPB