



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

RESOLUCIÓN NÚMERO 66020 DE 2010⁴
(26 NOV. 2010)

Por la cual se decide un recurso de apelación

Radicación No. 9 - 90881

EL SUPERINTENDENTE DELEGADO PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR Y
METROLOGÍA

En ejercicio de sus facultades legales y en especial las conferidas por el Código Contencioso Administrativo, y

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que esta Superintendencia expidió la Resolución No. 26424 del 25 de mayo de 2010 mediante la cual impuso una sanción pecuniaria a la sociedad Publicar S.A., por violación a la norma sobre información consagrada en el artículo 14 del Decreto 3466 de 1982.

SEGUNDO: Que contra la citada resolución el representante legal de la sociedad Publicar S.A., interpuso los recursos de reposición y subsidiario de apelación.

TERCERO: De acuerdo con el artículo 59 del Código Contencioso Administrativo, este Despacho procede a pronunciarse de fondo, sobre los argumentos del recurso, previas las siguientes consideraciones:

3.1. Argumentos del recurrente.

Manifiesta el impugnante que el señor Ochoa presentó una reclamación ante esta entidad en la cual solicita que se investiguen los hechos relacionados con la autorización para la publicación de un anuncio en la edición 2009 del directorio telefónico de Bogotá D.C. El fundamento de la queja se encuentra en el hecho de que el reclamante no autorizó la renovación de su publicación para la edición 2009.

Añade que mediante la Resolución 26424 del 25 de mayo de 2010, esta Superintendencia desestimó los argumentos de defensa imponiendo una sanción pecuniaria de un salario mínimo mensual legal vigente.

Argumenta que una vez recibida por parte del quejoso la reclamación sobre la no autorización de la publicación del anuncio en el directorio telefónico, se procedió a descargar y anular la venta desde el 1 de agosto de 2009, incluso antes de que la Superintendencia les corriera traslado del reclamo.

Por la cual se decide un recurso de apelación

Agrega que no es cierto que no se hubiera obtenido la autorización previa del señor Ochoa, pues antes de enviar el cobro respectivo, y por ser un cliente de la edición anterior, se comunicaron telefónicamente para obtener la autorización verbal para la nueva publicación en el directorio telefónico de Bogotá D.C, pero por no tener el soporte de la grabación procedieron a descargar el valor de la respectiva publicación

Señala que el artículo 14 del Decreto 3466 de 1982 es aplicable básicamente a marcas, leyendas y propagandas, motivo por el cual no se puede dar una aplicación extensiva a dicha disposición, pues además de tratarse de propaganda comercial, ésta debe tener la capacidad de inducir a error al consumidor.

Consideraciones del Despacho.

Frente a los argumentos expuestos por el recurrente, advierte el Despacho que no obra en el diligenciamiento prueba alguna que indique que el señor Luis Eduardo Ochoa efectivamente hubiera dado su aprobación para que se renovara el contrato de publicación de su aviso contratado con la sociedad sancionada, motivo por el cual no hay ningún fundamento que genere certeza frente a este hecho y que logre desvirtuar los señalamientos contenidos en el escrito de queja.

En adición a lo anterior, tampoco hay ningún elemento probatorio que demuestre que la sociedad Publicar S.A. haya informado con veracidad y suficiencia al quejoso, previamente a la supuesta aprobación de la renovación, sobre las condiciones que iban a regir el nuevo contrato.

Sobre el particular, el Despacho estima de suma gravedad que se lleven a cabo por parte de los comerciantes y proveedores renovaciones automáticas a los consumidores por concepto de venta de servicios presumiendo la voluntad de los clientes en el sentido de optar por adquirirlo de nuevo, sin tener certeza frente a sus decisiones de compra.

Igualmente, se considera una conducta que vulnera flagrantemente los derechos de los consumidores efectuar descuentos no autorizados a los consumidores con motivo de las renovaciones automáticas, situación que se agrava al no contar, como sucede con la sociedad sancionada, con los soportes que acrediten las operaciones objeto de reproche por parte de esta Superintendencia.

Es así como al realizarse un descuento no autorizado de un servicio, se le traslada al consumidor la carga adicional de presentar una reclamación ante la responsable de dicha operación con el objetivo de revertir el trámite y recuperar la suma de dinero descontada para el efecto.

Por lo tanto, esta práctica, a todas luces violatoria de los derechos al consumidor, pretermite por completo la manifestación de la voluntad de los consumidores orientada a la adquisición de un bien o un servicio, y en adición, le agravan la situación al tener que proceder a tramitar las diligencias pertinentes con el fin de obtener de vuelta su dinero. Por estas razones se precisa que en casos como el presente se verifica una gravísima violación a las normas sobre información contempladas en el Estatuto de Protección al Consumidor la cual debe ser objeto de censura y rechazo por parte de la Administración.

Por la cual se decide un recurso de apelación

En consecuencia y, en atención al caso en especie, se observa que la sociedad sancionada debía contar con todos los soportes probatorios para demostrar que recibió la autorización del señor Ochoa para proceder a renovar el contrato, motivo por el cual, al no contar con ellos, se verifica la inobservancia a lo consagrado en el Decreto 3466 de 1982.

De esta manera se asevera que los argumentos que plantea en su defensa carecen en su totalidad del cimiento probatorio que les brinde solidez y contundencia.

Ahora bien, cabe precisar que conforme con lo manifestado por el investigado en el sentido de haber descargado el valor de la publicación y devuelto el dinero al quejoso, tampoco hay prueba en el plenario que certifique dicha aseveración, pues los pantallazos del sistema en el que se presentan distintas facturas (folios 16 y 17) no permiten tener certeza sobre los citados aspectos, razón por la cual se desestiman los planteamientos de la sociedad Publicar S.A. en este sentido.

Por último, se reitera que el artículo 14 del Decreto 3466 de 1982, establece una prohibición extensiva a las leyendas y propaganda comercial que induzcan o puedan inducir a error al consumidor respecto de la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las características, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad de los bienes o servicios ofrecidos, estableciendo de otro lado la obligatoriedad en cuanto la veracidad y suficiencia de "toda información" que se ofrezca al consumidor, acerca de los componentes y propiedades de bienes y servicios que se ofrezcan.

Acorde con lo anterior, el enunciado legal que señala "*Toda información que se dé al consumidor*" se está refiriendo a *la forma* como se *entera* al consumidor acerca de las propiedades y condiciones esenciales del producto o servicio que ofrece de la cual se dice, tendrá que ser, "*veraz y suficiente*".

Por tal motivo, no es del recibo del Despacho los argumentos del recurrente en el sentido de indicar que en el caso concreto no es aplicable la disposición citada, toda vez que las estipulaciones que rigen el desarrollo, ejecución y terminación de un contrato hacen parte integrante de la información que debe suministrarse al contratante, de manera previa y posterior a su suscripción, ya que son condiciones esenciales para acceder al servicio que ofrecen, y por tal razón, deben ser informadas con suficiencia y veracidad para que el consumidor adopte una decisión razonable y consciente, y tenga la capacidad de elegir de forma libre, con base en dicha información, si accede o no a dicho servicio.

Adoptar una interpretación en sentido contrario sería hacer nugatorio el derecho de los consumidores de obtener una información veraz y suficiente al momento de contratar un servicio determinado y posteriormente renovarlo, ya que dicha exigencia no se predica de forma exclusiva y excluyentes a las condiciones objetivas del mismo, sino que se proyecta de igual forma a las condiciones de acceso, al igual que a los diversos procedimientos para renovar dicho acuerdo de voluntades, debido a que dicha estipulación se encuentra comprendida dentro de toda la información que debe suministrarse a los consumidores, razón por la cual se desestiman los argumentos de la sancionada en este sentido.

En mérito de lo expuesto, este Despacho,

Por la cual se decide un recurso de apelación

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Confirmar la Resolución No. 26424 del 25 de mayo de 2010 por las razones previamente expuestas.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar personalmente el contenido de la presente resolución al señor Federico Wartenberg, en su calidad de representante legal de la sociedad Publicar S.A., entregándole copia de la misma e informándole que no procede recurso alguno por encontrarse agotada la vía gubernativa.

ARTÍCULO TERCERO: Comunicar el contenido de la presente resolución al señor Luis Eduardo Ochoa Matallana, en su calidad de reclamante.

NOTIFÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D. C., 26 NOV. 2010

EL SUPERINTENDENTE DELEGADO PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR Y METROLOGÍA


ALEJANDRO GIRALDO LÓPEZ

Comunicación

Denunciante:

Señor Luis Eduardo Ocho Matallana
Identificación: C.C. 10156887
Dirección: Avenida 15 No. 124 – 17 Oficina 113
Ciudad: Bogotá D.C.

Notificación

Investigado:

Sociedad: Publicar S.A.
NIT: 860001317
Representante legal: Federico Wartenberg
Identificación: C.C. 94.492.024
Dirección: Avenida 68 No. 75 A – 50 Piso 4
Ciudad: Bogotá D.C.

VH