

Bogotá D.C.,

10

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO	
RAD: 15-049226- -00004-0000	Fecha: 2015-04-20 08:43:35
DEP: 10 OFICINAJURIDICA	
TRA: 113 DP-CONSULTAS	EVE: SIN EVENTO
ACT: 440 RESPUESTA	Folios: 1

Señora
MARIA CAMILA VALDES
macavaja_6@hotmail.com

Asunto: Radicación: 15-049226- -00004-0000
Trámite: 113
Evento: 0
Actuación: 440
Folios: 1

Estimado(a) Señora:

Con el alcance previsto en el artículo 25 del Código Contencioso Administrativo, damos respuesta a su consulta radicada en esta Oficina con el número señalado en el asunto.

De conformidad con lo anterior, advertimos que la Oficina Jurídica profiere conceptos de carácter general y abstracto, sin que le sea posible resolver a través de estos, situaciones particulares o pronunciarse sobre la legalidad de una conducta, pues estaríamos vulnerando el principio y garantía constitucional del debido proceso consagrado en el artículo 29 de la Constitución Política.

En su comunicación consulta:

“(…) ¿Ha hecho la SIC aplicación de la medida cautelar consagrada en el artículo 54 de la ley 1480 de 2011 actual Estatuto del consumidor? En caso de que la respuesta sea afirmativa, ruego me hagan llegar las decisiones que han decretado dicha medida cautelar,(…)¿qué interpretaciones ha hecho la SIC del mencionado artículo del Estatuto del consumidor? Con relación a la pregunta anterior, ¿qué ha entendido la SIC por “medio de comercio electrónico”? ¿necesariamente debe ser comercialización de bienes?

Atendiendo a las competencias otorgadas a esta Superintendencia por el Decreto 4886 de 2011, a continuación encontrará información que consideramos pertinente en relación con el tema consultado:

1. Tratamiento del comercio electrónico en el Estatuto del Consumidor y sus normas reglamentarias.

La Ley 1480 de 2011 contiene una protección especial para los consumidores que adquieren bienes y servicios a través de comercio electrónico.

En su artículo 5 de “definiciones”, numeral 16, precisa que se consideran ventas a

distancia, en los siguientes términos:

“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.”

El artículo 49 de la Ley 1480 de 2011 establece qué se debe entender por comercio electrónico para efectos del derecho del consumo:

“ARTÍCULO 49. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 1o, inciso b) de la Ley 527 de 1999, se entenderá por comercio electrónico la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concertados a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios.”

A su vez, el artículo 6 de Decreto 1499 del 12 de agosto de 2014, \“Por el cual se reglamentan las ventas que utilizan métodos no tradicionales y las ventas a distancia, publicado en el Diario Oficial No. 49.241 de la misma fecha, define:

“Artículo 6. Ventas a distancia. De acuerdo con lo establecido en el numeral 16 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011, se consideran ventas a distancia las realizadas sin que el consumidor tenga contacto directo con el producto que adquiere, a través de correo, teléfono, catálogo, comercio electrónico o con la utilización de cualquier otra técnica de comunicación a distancia.”

Así mismo, el artículo 50 impone a quienes comercializan productos o servicios a través de comercio electrónico una serie de obligaciones, especialmente con miras a que el consumidor tome decisiones informadas, sobre la seguridad de la información personal del consumidor y las relativas al ejercicio de sus derechos.

En relación con esta normativa, el Dr. Juan Carlos Villalba Cuellar en su libro “Introducción al Derecho del Consumo”, señala:

“...El artículo 50 consagra unos deberes especiales a cargo de los productores y proveedores en el comercio electrónico entre los cual merece destacarse: a) Acentuación del deber de información a cargo del productor y proveedor sobre las mercancías o servicios en venta, cuando el ofrecimiento se acompañe de imágenes o no, encaminada a que el consumidor pueda hacerse una idea lo más aproximada a la realidad de los mismos. b) Información sobre todas las características del contrato, medio de pago, entrega, plazos, derecho de retracto, y en general toda información relevante. c) Obligación de publicar el contenido del contrato a condiciones generales. d) Obligación adicional de presentar un resumen del pedido con indicación de los bienes y precios para que consumidor pueda verificar que corresponde a lo querido y dar su aprobación. e) Obligación de presentar al consumidor a más tardar al día siguiente un acuse de recibo del pedido, f) Conservar los soportes y pruebas de la transacciones realizadas con los consumidores a fin de poder probar ante los organismos de control la conformidad de las mismas e) Adoptar mecanismos de seguridad para proteger la información del consumidor y la seguridad de la transacción, entre otras enuncia en el texto extenso del

artículo...”

Por su parte, en relación con el nuevo esquema de ventas por medio electrónicos, el Dr. Daniel Peña Valenzuela en su artículo “La Protección del Consumidor en el Comercio Electrónico”, incluido en el libro “Perspectivas del Derecho del Consumo” dirigido por la Dra. Carmen Ligia Valderrama Rojas, editado por la Universidad Externado de Colombia, señala:

“La Ley 1480 de 2011 introduce una reforma significativa al régimen anterior de protección al consumidor, entre otros, incluyendo una regulación particular y específica en relación con las actividades por medios electrónicos.

“La protección al consumidor en el comercio electrónico complementa y fortalece las nuevas reglas de protección con un carácter especial.

“Las reglas de protección del consumidor en comercio electrónico son detalladas y minuciosas con el fin de garantizar que la información en línea sea más precisa, clara, veraz y que realmente sirva al consumidor para tomar una decisión libre.”

Estos lineamientos, tanto generales como particulares, deberán ser seguidos por todos aquellos que pretendan comercializar productos o servicios a través de la utilización de medios electrónicos.

2. Portales de contacto

Dispone el artículo 54 de la Ley 1480 de 2011:

“La superintendencia de Industria y Comercio, de oficio o a petición de parte, podrá imponer una medida cautelar hasta por treinta (30) días calendario, prorrogables por treinta (30) días mas, de bloqueo temporal de acceso al medio de comercio electrónico, cuando existan indicios graves que por ese medio se están violando los derechos de los consumidores, mientras se adelanta la investigación administrativa correspondiente.”

Por su parte, el artículo 53 de la Ley 1480 de 2011, establece:

“ARTÍCULO 53. PORTALES DE CONTACTO. Quien ponga a disposición una plataforma electrónica en la que personas naturales o jurídicas puedan ofrecer productos para su comercialización y a su vez los consumidores puedan contactarlos por ese mismo mecanismo, deberá exigir a todos los oferentes información que permita su identificación, para lo cual deberán contar con un registro en el que conste, como mínimo, el nombre o razón social, documento de identificación, dirección física de notificaciones y teléfonos. Esta información podrá ser consultada por quien haya comprado un producto con el fin de presentar una queja o reclamo y deberá ser suministrada a la autoridad competente cuando esta lo solicite.

El artículo transcrito, principalmente se refiere a la obligación que tiene quien pone a disposición del público plataformas electrónicas, de exigir a todos los oferentes en la misma, la información que permita su identificación, de modo que pueda ser consultada por quien adquiere productos o servicios a través de esta, con el fin de que puedan presentar una queja o reclamo, y así mismo, que dicha información pueda ser consultada por la autoridad competente.

Los autores, Alejandro Giraldo López, Carlos Germán Caycedo Espinel y Ramón Eduardo Madriñán Rivera, en su libro Comentarios al Nuevo Estatuto del Consumidor, páginas 152 y 153, han manifestado que “si los oferentes dentro de la plataforma son

productores o proveedores, estos están obligados a cumplir con las obligaciones del capítulo y de la ley 1480, en general.”.

Lo anterior en el entendido de que si existe una relación de consumo, esta estará sometida a las reglas del estatuto del consumidor, y en especial a las disposiciones sobre el comercio electrónico.

Igualmente, también contempla este artículo, una definición de lo que debe entenderse como portales de contacto, indicando que se trata de “una plataforma electrónica en la que personas naturales o jurídicas puedan ofrecer productos para su comercialización y a su vez los consumidores puedan contactarlos por ese mismo mecanismo (...)”.

En opinión de esta Oficina Jurídica, es este el sentido que debe dársele a la expresión “medio de comercio electrónico” contemplada en el artículo 54 de la Ley 1480 de 2011, pues la plataforma es el canal utilizado para la comercialización de productos y servicios mediante el comercio electrónico.

3. Medidas cautelares decretadas por la Superintendencia de Industria y Comercio con base en el artículo 54 de la Ley 1480 de 2011.

De conformidad con lo informado por la Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor a esta Oficina Jurídica, le informamos que: “Efectuada la consulta de la base de datos de la Delegatura para la Protección al Consumidor, lo mismo que de los procesos administrativos que cursan en la Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor, no se encontró actuación alguna en la que se haya decretado la medida cautelar prevista en el artículo 54 de la Ley 1480 de 2011, Estatuto del Consumidor.”.

Si requiere mayor información sobre el desarrollo de nuestras funciones y sobre las normas objeto de aplicación por parte de esta Entidad, puede consultar nuestra página en Internet, www.sic.gov.co.

Atentamente,

WILLIAM ANTONIO BURGOS DURANGO
Jefe Oficina Asesora Jurídica

Elaboró: Adonia Aroca
Revisó: William Burgos
Aprobó: William Burgos