

Comunicado Ciudadano N° 001
Soacha Responsabilidad de Todos
Grupo de Investigación y Gestión



PUBLICIDAD ENGAÑOSA SE TOMA SOACHA

Multas hasta de 100 s.m.m.l.v. y en algunos casos podría ir hasta por 150 s.m.m.l.v.
Prohibición de producir, distribuir u ofrecer al público el bien o servicio de que se trate.
El retiro del mercado e incluso su destrucción, de aquellos que no cumplieron con las características de calidad e idoneidad.
Prohibición definitiva de la producción, distribución y venta del bien o servicio respectivo.

En el reporte de la Súper Intendencia de Industria y Comercio se explica que realizar promociones en donde se le ofrece al cliente pagar uno y llevar dos o cancelar dos y adquirir tres, son prácticas que más facilitan el engaño que las cadenas cometen a diario sobre los más incautos, ya que en muchas ocasiones, el consumidor está pagando uno y medio y llevando dos, y así sucesivamente, en el caso de la construcción se está violando así, los artículos 29, 30 y 33 de la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor), que obligan a los anunciantes a suministrar a sus consumidores publicidad cuyo mensaje corresponda a la realidad y es uno de los sectores que debe ser más sancionado. Hoy en Colombia hasta el 5% de la construcción ha sido sancionada por publicidad engañosa.

Los sectores más sancionados por publicidad engañosa son el comercio (supermercados y grandes superficies) con 40% de las sanciones anuales; alimentos, 17%; turismo, 9%; muebles, 6%; construcción, 5%; productos milagrosos, 3%; automotores, 3%; confecciones, 2%; tabaco, 2%; restaurantes, 2%; salud, 2%; ventas por comercio electrónico, 2%; ventas por métodos no tradicionales, 2%; ventas por catálogo, 1%; espectáculos públicos, 1%; educación y desarrollo, 1%; y otros, 2%.

¿Por qué las organizaciones siguen cayendo en este tipo de prácticas? Según el grupo de investigación y gestión Soacha Responsabilidad de todos; en la mayoría de los casos, los empresarios desconocen cuáles son las normas relacionadas a los anuncios publicitarios. **“No es una excusa, pero los industriales no tienen mayor claridad respecto a las normas contenidas en el Estatuto del Consumidor y la Ley de Competencia Desleal”** Frente a esto, la superintendente de Industria y Comercio, comentó que cuando se sanciona a un empresario por incumplir con la ley, se está protegiendo a otros industriales que sí se acogen a la norma y también a los compradores. **“Los empresarios honestos y decentes de este país, que son la inmensa mayoría, necesitan que sancionemos a quienes pretenden competir con ellos, violando la ley”,**

El consumidor ahora es más consciente de los derechos y de la posibilidad de reclamación que tiene. **“El conocimiento por parte de la población frente a normas que regulan el engaño han aumentado el número de denuncias”.**

Centro Comercial Unisur - Oficina 202 - PBX 7220304 - Celular 3045230020
Visítanos en la web - www.soacharesponsabilidaddetodos.org

Así que cuando un productor o un distribuidor sacan al mercado un producto, tiene que garantizar no sólo los componentes que anuncia, sino la efectividad de lo que ofrece o cumplir con las ofertas que promete, de lo contrario estamos frente a una publicidad engañosa.

Artículo 14. Marcas, Leyendas Y Propagandas. Toda información que se dé al consumidor acerca de los componentes y propiedades de los bienes y servicios que se ofrezcan al público deberá ser veraz y suficiente. Están prohibidas, por lo tanto, las marcas, las leyendas y la propaganda comercial que no correspondan a la realidad, así como las que induzcan o puedan inducir a error respecto de la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las características, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad de los bienes o servicios ofrecidos.”

El nuevo Estatuto de Protección al Consumidor que entra a regir a partir del 12 de abril de 2012, dice: Ley 1480 de 2011. Art. 5, numeral 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.”

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.”
Artículo 33. Promociones y ofertas. Los términos de las promociones y ofertas obligan a quien las realice y estarán sujetas a las normas incorporadas en la presente ley.

Las condiciones de tiempo, modo, lugar y cualquier otro requisito para acceder a la promoción y oferta, deberán ser informadas al consumidor en la publicidad.

Sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, de no indicarse la fecha de iniciación de la promoción u oferta, se entenderá que rige a partir del momento en que fue dada a conocer al público. La omisión de la fecha hasta la cual está vigente o de la condición de que es válida hasta agotar inventario determinado, hará que la promoción se entienda válida hasta que se dé a conocer la revocatoria de la misma, por los mismos medios e intensidad con que se haya dado a conocer originalmente.”

Algunas empresas hacen publicidad a sus productos o servicios ofreciendo falsamente componentes, usos, cantidades, etc., de tal manera que el comprador asaltado en su buena fe, no sólo puede interponer la queja administrativa, sino que paralelamente puede interponer el denuncia penal. Obligación de todo comerciante de bienes o servicios.

Toda persona natural o jurídica que ofrece un bien o un servicio, está en la obligación de cumplir con lo que ofrece, en idoneidad, calidad, cantidad, procedencia, valor, composición, etc.

Qué pasa cuando el comerciante incumple cualquiera de éstas, ¿se puede sancionar al comerciante, se puede reclamar, solicitar la devolución, ante quien nos quejamos? Información veraz y suficiente al consumidor: ¡es una obligación!

El Estatuto de Protección del Consumidor (Decreto 3466 de 1982) en su artículo 14 establece para el productor, proveedor o expendedor del bien o servicio debe informar a los consumidores, todas y cada una de las condiciones relacionadas con el producto o servicio que está promoviendo en el mercado.

“Artículo 14. Marcas, Leyendas Y Propagandas. Toda información que se dé al consumidor acerca de los componentes y propiedades de los bienes y servicios que se ofrezcan al público deberá ser veraz y suficiente. Están prohibidas, por lo tanto, las marcas, las leyendas y la propaganda comercial que no correspondan a la realidad, así como las que induzcan o puedan inducir a error respecto de la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las características, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad de los bienes o servicios ofrecidos.” Como se observa, lo anterior aplica no sólo para productos tangibles, sino también para todos los intangibles como son los servicios (planes turísticos, servicios crediticios, etc.)

Información comprobable.

En concordancia con el Estatuto de Protección del Consumidor, la Circular Externa n. 10 de 2001(Circular Única) numeral 2.1, capítulo segundo, título II expedida por la Superintendencia de Industria y Comercio, expresa que la información al consumidor “... debe ser cierta, comprobable, suficiente y no debe inducir o poder inducir a error al consumidor sobre la actividad, productos y servicios y establecimientos”

¿Qué se considera engaño?

La misma Circular Única antes mencionada expresa “Se considera información engañosa, la propaganda comercial, marca o leyenda que de cualquier manera, incluida su presentación, induzca a error o pueda inducir a error a los consumidores o personas a las que se dirige o afecta y que, debido a su carácter engañoso, puede afectar su comportamiento económico”.

Cometido el engaño por parte del comerciante de bienes o servicios, ¿ante quién denunciar?

Existen dos caminos y ambos pueden ser usados simultáneamente: el administrativo y el penal.

El administrativo está en cabeza de la Superintendencia de Industria y Comercio, (salvo en algunos casos que es competencia de otra Superintendencia) y el penal que está en cabeza de la justicia ordinaria a través de la Fiscalía General de la Nación como órgano competente para investigar presuntos delitos y acusar ante un Juez Penal. Iniciemos con éste último.

El Código Penal en su artículo 300 establece: "Artículo 300. Ofrecimiento Engañoso De Productos Y Servicios. El productor, distribuidor, proveedor, comerciante, importador, expendedor o intermediario que ofrezca al público bienes o servicios en forma masiva, sin que los mismos correspondan a la calidad, cantidad, componente, peso, volumen, medida e idoneidad anunciada en

Marcas, leyendas, propaganda, registro, licencia o en la disposición que haya oficializado la norma técnica correspondiente, incurrirá en multa."

Debe quedar claro, que en éste caso, la multa es una sanción penal, que conlleva no sólo el registro de Antecedentes Penales, sino también a la posibilidad que dicha multa se convierta en arresto de varios fines de semana o de manera ininterrumpida por su no pago.

En el caso de iniciarse también la investigación administrativa ante la correspondiente Superintendencia, ésta podrá tomar varias medidas:

Multas hasta de 100 s.m.m.l.v. y en algunos casos podría ir hasta por 150 s.m.m.l.v.
Prohibición de producir, distribuir u ofrecer al público el bien o servicio de que se trate.
El retiro del mercado e incluso su destrucción, de aquellos que no cumplieron con las características de calidad e idoneidad.
Prohibición definitiva de la producción, distribución y venta del bien o servicio respectivo.

Sobre el particular.

El actual Estatuto de Protección del Consumidor (Decreto 3466 de 1982) en su Artículo 14 establece para el productor, proveedor o expendedor del bien o servicio debe informar a los consumidores, todas y cada una de las condiciones relacionadas con el producto o servicio que está promoviendo en el mercado.

Andres Jaramillo

Soacha Responsabilidad de Todos.

Grupo de Investigación y Gestión.

Contáctenos

<https://www.facebook.com/soacharesponsabilidaddetodos?ref=hl>
<mailto:contacto@soacharesponsabilidaddetodos.org>

