

CIRCULAR EXTERNA No. 011

Bogotá, D.C. 23 MAR. 2012

Para: PROPIETARIOS Y ADMINISTRADORES DE ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO DONDE SE VENDA TABACO Y SUS DERIVADOS (TIENDAS, MINIMERCADOS, LICORERAS, GRANDES ALMACENES Y CUALQUIER OTRO ESTABLECIMIENTO QUE VENDA O EXHIBA AL CONSUMIDOR FINAL)

Asunto: Modificar el numeral 2.1.2.4.1, literal c) al Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio.

1. OBJETO

Impartir instrucciones a los propietarios y administradores de establecimientos de comercio donde se venda o exhiban tabaco y sus derivados a los consumidores finales, para lograr la observancia de las disposiciones sobre protección al consumidor, en especial las relativas a la prohibición de la publicidad de tales productos.

2. FUNDAMENTO LEGAL

El artículo 78 de la Constitución Política establece que la ley regulará el control de calidad de los bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.

Los numerales 22 y 61 del artículo 1º del Decreto 4886 de 2011 atribuyen a la Superintendencia de Industria y Comercio las funciones de velar por la observancia de las disposiciones sobre protección al consumidor, así como instruir a sus destinatarios sobre la manera como deben cumplirse tales normas, fijar los criterios que faciliten su cumplimiento y señalar los procedimientos para su cabal aplicación.

Mediante la Ley 1109 de 2006 el Congreso de la República aprobó el Convenio Marco de la OMS para el control del tabaco por Colombia, cuya exequibilidad fue declarada por la Corte Constitucional en la sentencia C-665 de 2007. En el preámbulo del Convenio, las partes se declararon "[s]eramente preocupadas por el impacto de todas las formas de publicidad, promoción y patrocinio encaminadas a estimular el consumo de productos de tabaco", por lo que reconocieron, previa definición de ciertos conceptos¹ entre otras cosas, "que una prohibición total de la publicidad, la promoción y el patrocinio reduciría el consumo de productos de tabaco" (Art. 13, Num. 1º)

¹ "ARTÍCULO 1. LISTA DE EXPRESIONES UTILIZADAS.



23 MAR. 2012

Posteriormente fue expedida la Ley 1335 de 2009, la cual regula el consumo, la venta, la publicidad y la promoción de los cigarrillos, el tabaco y sus derivados, con el propósito de prevenir daños a los menores de edad y la población no fumadora, y estipuló políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del fumador.

Esta Ley 1335 establece, entre otras disposiciones, las relativas a la venta de productos de tabaco a menores de edad (Capítulo I, Arts. 2-5), las relacionadas con la publicidad, empaquetado y etiquetado del tabaco y sus derivados (Capítulo III, Arts. 13-15) y las concernientes a la prohibición de acciones de promoción y patrocinio (Capítulo IV, Arts. 16 y 17).

El artículo 34 de la Ley 1335 dispone que es competencia de la Superintendencia de Industria y Comercio "*hacer la verificación y control*" de las normas establecidas en el artículo 13 y siguientes de esta ley.

Mediante la Resolución 3961 de 2009 del Ministerio de Protección Social se reglamentó el artículo 13 de la mencionada Ley 1335, estableciendo los requisitos del empaquetado y etiquetado del tabaco y sus derivados.

En observancia de las disposiciones antes citadas, se hace necesario que esta Superintendencia establezca unos criterios mínimos sobre la manera de exhibición al público del tabaco y sus derivados como los cigarrillos, para prevenir que se pueda constituir en una forma de publicidad. Estos criterios deberán ser observados por los establecimientos de comercio que ponen a la venta de los consumidores dichos productos.

3. INSTRUCTIVO

Modificar el literal c) del numeral 2.1.2.4.1 al Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio, el cual quedará así:

- c) La exhibición de las cajetillas de cigarrillos que se haga en cada establecimiento de comercio, debe implementarse de manera tal que solo sea visible al consumidor final una referencia de marca de cada producto disponible para la venta, salvo lo indicado en los parágrafos dispuestos a continuación. Cualquier repetición de exhibición de referencias de marca en el mismo

Para los efectos del presente Convenio: (...)

c) por "publicidad y promoción del tabaco" se entiende toda forma de comunicación, recomendación o acción comercial con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso de tabaco;

(...)

g) por "patrocinio del tabaco" se entiende toda forma de contribución a cualquier acto, actividad o individuo con el fin, el efecto o el posible efecto de promover directa o indirectamente un producto de tabaco o el uso de tabaco."

Sede Centro: Carrera 13 No. 27-00 pisos 3,4,5,6 y 10 PBX: 5870000

Sede CAN: Av. Carrera 50 No. 26- 55 int. 2 Tel (57 1) 5880234

Conmutador: (57 1) 587 00 00 Fax: (57 1) 587 02 84

Call center: (571) 6513240 Línea gratuita nacional: 018000-910165

Web: www.sic.gov.co e-mail: info@sic.gov.co Bogotá D.C. Colombia



23 MAR. 2012

establecimiento de comercio, se entenderá como promoción y se sancionará en los términos de la ley 1335 de 2009.

Parágrafo primero: En caso de que el establecimiento de comercio utilice mostradores para la exhibición de productos, cada establecimiento podrá contar con varios mostradores, siempre y cuando se cumpla con la regla anteriormente establecida, esto es, siempre que sumada integralmente la exhibición en todos los mostradores de cada establecimiento se asegure que cada referencia de marca no se exhiba más de una vez.

Parágrafo segundo: Para el caso de cualquier local que tenga más de un punto de pago, podrán tener exhibición de productos por cada punto de pago en las condiciones señaladas en el presente literal, es decir, una sola referencia de marca por cada punto de pago.

Parágrafo tercero: Se entiende por referencia de marca cualquier modalidad de producto diferenciable de los demás por su presentación o por su contenido. En los casos en que el expendedor venda o exhiba Cartón de cigarrillos que contengan varias cajetillas, cada Cartón se entenderá como una referencia de marca independiente, siempre y cuando el cartón se exhiba o se venda sellado y empacado, de manera tal que no se puedan apreciar las cajetillas individualmente.

4. VIGENCIA

La Circular Externa 005 del 27 de enero de 2012 y la presente Circular Externa entrarán en vigor pasados tres (3) meses contados a partir de la publicación de esta última en el Diario Oficial para Grandes Almacenes y pasados seis (6) meses para los demás destinatarios.

Atentamente,


JOSÉ MIGUEL DE LA CALLE RESTREPO
Superintendente de Industria y Comercio

Proyectó: María Claudia Caviedes
Revisó: Alejandro Giraldo – Carmen Ligia Valderrama Rojas
Aprobó: Carmen Ligia Valderrama Rojas