

Bogotá D.C.,

10

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO	
RAD: 16-171297- -00001-0000	Fecha: 2016-08-09 12:05:10
DEP: 10 OFICINAJURIDICA	
TRA: 113 DP-CONSULTAS	EVE: SIN EVENTO
ACT: 440 RESPUESTA	Folios: 1

Señora
NATALI RAMIREZ GARCIA
nramirez@prismaabogados.com.co

Asunto: Radicación: 16-171297- -00001-0000
Trámite: 113
Evento: 0
Actuación: 440
Folios: 1

Estimado(a) Señora:

De conformidad con lo previsto en el artículo 28 de la Ley 1755 de 2015, por la cual se sustituye el Título II del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, fundamento jurídico sobre el cual se funda la consulta objeto de la solicitud, procede la SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO a emitir un pronunciamiento, en los términos que a continuación se pasan a exponer:

1. OBJETO DE LA CONSULTA

Atendiendo a la solicitud por usted radicada ante esta Entidad a través de comunicación de fecha 28 de junio de 2016, en la cual se señala:

“-Los sitios web a través de los cuales se realizan ventas de bienes y servicios deben registrarse en las cámaras de comercio?”

“-Qué obligaciones adquiere el comerciante que registre un sitio web como medio de comercialización de bienes y servicios?”

“-En caso de proceder el registro, qué sitios web de venta de bienes y servicios se encuentran registrados en alguna Cámara de Comercio e Colombia?”

Nos permitimos realizar las siguientes precisiones:

2. CUESTIÓN PREVIA

Reviste de gran importancia precisar en primer lugar que la SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO a través de su Oficina Asesora Jurídica no le asiste la



facultad de dirimir situaciones de carácter particular, debido a que, una lectura en tal sentido, implicaría la flagrante vulneración del debido proceso como garantía constitucional.

Al respecto, la Corte Constitucional ha establecido en la Sentencia C-542 de 2005:

“Los conceptos emitidos por las entidades en respuesta a un derecho de petición de consulta no constituyen interpretaciones autorizadas de la ley o de un acto administrativo. No pueden reemplazar un acto administrativo. Dada la naturaleza misma de los conceptos, ellos se equiparan a opiniones, a consejos, a pautas de acción, a puntos de vista, a recomendaciones que emite la administración pero que dejan al administrado en libertad para seguirlos o no”.

Ahora bien, una vez realizadas las anteriores precisiones, se suministrarán las herramientas de información y elementos conceptuales necesarios que le permitan absolver la inquietud número 2, por cuanto las demás inquietudes las consideramos de competencia de la Superintendencia de Sociedades, entidad a la cual usted ya remitió copia de la presente comunicación.

3. FACULTADES DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO EN MATERIA DE CÁMARAS DE COMERCIO

En cuanto a las funciones específicas de esta Entidad frente a las cámaras de comercio, se encuentran las señaladas en el Código de Comercio en los artículos 27,37,82 y 87 y en el artículo 1, numerales 17,18, 19 y 20 del Decreto 4886 de 2011, que a la letra señalan:

“17. Ejercer el control y vigilancia de las Cámaras de Comercio, sus federaciones y confederaciones de acuerdo con las disposiciones vigentes sobre la materia y coordinar lo relacionado con el registro mercantil.

18. Determinar los libros necesarios para que las Cámaras de Comercio lleven el registro mercantil, la forma de hacer las inscripciones e instruir para que dicho registro y el de las personas jurídicas sin ánimo de lucro se lleve de acuerdo con la ley.

19. Ejercer de acuerdo con la ley las funciones relacionadas con el registro único de proponentes.

20. Resolver los recursos de apelación y queja interpuestos contra los actos expedidos por las Cámaras de Comercio.”

En ese orden de ideas, se procederá en primer lugar al desarrollo constitucional, legal, doctrinal y jurisprudencial que corresponda realizar en torno al objeto de la petición como



eje central.

3.1. Registro Mercantil

El registro mercantil, creado por la ley (artículo 26 del Código de Comercio) para llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos respectos de los cuales la ley exigiere esa formalidad, es una base de datos actualizable sobre los participantes en la actividad comercial del país, caracterizada por su disponibilidad pública e inmediata. Por lo tanto, es un medio para acceder al intercambio económico con la seguridad jurídica que brinda el conocimiento sobre quiénes tienen parte en la dinámica del mercado y las actividades que realizan.

El artículo 26 del Código de Comercio, establece:

“Art. 26. Registro Mercantil - Objeto - Calidad. El registro mercantil tendrá por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exigiere esa formalidad.

El registro mercantil será público. Cualquier persona podrá examinar los libros y archivos en que fuere llevado, tomar anotaciones de sus asientos o actos y obtener copias de los mismos.”

La Corte Constitucional, mediante sentencia C- 602 de 2000 ha manifestado que:

“Todo comerciante tiene la obligación de matricularse en el registro mercantil. En estricto rigor la matrícula mercantil es un medio legal que permite brindar publicidad sobre la condición de comerciante. En este mismo sentido, los demás actos de inscripción de actos, libros y documentos, en el registro mercantil, constituyen formalidades legales a cuyo cumplimiento no pueden sustraerse los comerciantes, y también se encaminan a fortalecer el sistema de publicidad mercantil.” (Resaltado fuera del texto)

De lo anterior se desprende que es deber de todo comerciante matricularse en el registro mercantil, registro que tiene por finalidad producir efectos de publicidad y carácter probatorio.

3.2 Actos sujetos a registro

En el registro mercantil se inscriben todos los actos y documentos que conforme a la ley se deben inscribir con el fin de darle publicidad a dichos actos, y, a efectos que las personas interesadas se opongan al acto inscrito.

En cuanto a los libros y actos de las sociedades comerciales sujetos a registro se debe



tener en cuenta lo dispuesto en el artículo 28 del Código de Comercio, así como lo señalado en la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio, en el Título VIII, numeral 1.1.1.

En efecto, el artículo 28 del Código de Comercio, dispone los actos sujetos a registro ante las cámaras de comercio:

“ARTÍCULO 28. PERSONAS, ACTOS Y DOCUMENTOS QUE DEBEN INSCRIBIRSE EN EL REGISTRO MERCANTIL. Deberán inscribirse en el registro mercantil:

1) Las personas que ejerzan profesionalmente el comercio y sus auxiliares, tales como los comisionistas, corredores, agentes, representantes de firmas nacionales o extranjeras, quienes lo harán dentro del mes siguiente a la fecha en que inicien actividades;

(...)

5) Todo acto en virtud del cual se confiera, modifique o revoque la administración parcial o general de bienes o negocios del comerciante:

6) La apertura de establecimientos de comercio y de sucursales, y los actos que modifiquen o afecten la propiedad de los mismos o su administración;

(...)

10) Los demás actos y documentos cuyo registro mercantil ordene la ley.”

En relación con los actos que deben inscribirse en el registro mercantil, el artículo 28 del Código de Comercio, señala los actos sujetos a registro. Entre dichos actos en el numeral 6 se establece que se deberá inscribir la apertura de establecimientos de comercio.

En consecuencia, se deben presentar para registro ante las cámaras de comercio, las actas que contengan los siguientes actos: (i) Nombramientos de representantes legales, revisor fiscal, administradores, etc. (ii) Remoción de representantes legales, revisor fiscal, administradores, etc. (iii) Aceptación de renunciaciones de representantes legales, revisor fiscal, administradores, etc. (iv) Reformas estatutarias de empresas unipersonales, empresas asociativas de trabajo y sociedades regidas por la Ley 1014 de 2006. (v) Actas de liquidación de sociedades comerciales, empresas unipersonales, empresas asociativas de trabajo y sociedades regidas por la Ley 1014 de 2006. (vi) Apertura y cierre de establecimientos de comercio, sucursales y agencias.

4. Establecimiento de Comercio

El Código de Comercio en su artículo 515 señala que el establecimiento de comercio es el “conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa”.

Frente al tema, el Consejo de Estado, en el Exp. 4710 de febrero 19 de 1998, señaló:

A propósito de la figura jurídica del establecimiento de comercio y de los actos de transferencia que sobre él se pueden celebrar, resulta conveniente recordar que el ordenamiento jurídico colombiano acogió la noción que respecto de dicha universalidad se tiene en el sistema legal italiano, razón por la cual en el artículo 515 del Código de Comercio se entiende por establecimiento de comercio “un conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa.” Con fundamento en el señalado concepto normativo, la Sala ha indicado que ese fondo o hacienda mercantil lo constituye el “conjunto heterogéneo y organizado de bienes utilizados por el comerciante para desarrollar una actividad económica enderezada a la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes o para la prestación de servicios que, dada su destinación, conforma una unidad que permite su negociación “en bloque”.

Es pertinente anotar que el régimen legal aplicable a la materia no restringe o limita la naturaleza de los bienes que conforman la mencionada universalidad, no obstante que la lista enunciativa de sus elementos integrantes, contenida en el artículo 516 ejusdem, sólo haga referencia a diversas clases de bienes muebles, cosas incorporales –derechos- o a los denominados bienes, inmateriales o intangibles. En razón de lo anterior, pueden estar incorporados al fondo de comercio todos los bienes que el empresario haya destinado efectivamente a la actividad mercantil de que se trate, incluso bienes inmuebles en los que la respectiva empresa tenga su asiento.

Por su parte, la doctrina ha señalado:

El establecimiento es el elemento técnico en el que se desarrolla la actividad. “(...) La empresa es una actividad económica mientras que el establecimiento es una unidad técnica. Y la persona natural o jurídica puede ser simultáneamente titular de varias empresas. Igualmente es factible que el empresario abra varios establecimientos para realizar una misma actividad económica, contingencia en la cual la diversidad resulta: o de la ubicación, o de las líneas de productos que se fabrican o distribuyen, o de las enseñas que los identifican, o de los servicios que en ellos prestan.

Al paso que la empresa es concebida en el artículo 25 del Código de Comercio como actividad económica organizada, el establecimiento es considerado como la base física donde se desarrolla esa actividad. (...) (1)(Subrayado fuera del texto)

De lo anterior, tenemos que el establecimiento de comercio es una universalidad de bienes materiales e inmateriales, muebles e inmuebles que el empresario o comerciante organiza en bloque para efectos de desarrollar su actividad económica.

4.1 Establecimiento de Comercio Virtual

Respecto al establecimiento de comercio virtual Víctor Iván Gómez Pérez (2) cita lo siguiente:

Según el autor PEÑA VALENZUELA (3), la definición incluida en el código de comercio colombiano sobre establecimiento, "...es aplicable a un sitio de internet dispuesto por un empresario en el mundo virtual para realizar operaciones de comercio electrónico. La generalidad de la definición no deja duda de su posible aplicación al mundo del internet...." (subrayado fuera de texto)

La dificultad radica en saber cuál es el sitio permanente y estable o domicilio negocial, para efecto de las compraventas realizadas por medios electrónicos. Una primera solución consistirá en acudir a ver donde tiene la persona o el comerciante o empresario domiciliado el establecimiento físicamente, y en este caso entender al establecimiento virtual como una dependencia del principal. Sin embargo, cuando el comerciante o empresario no tiene un sitio permanente y estable, sino que se dedica a realizar operaciones contractuales por medio de su página en Internet, ¿cómo puede determinarse el lugar y el estado donde se entiende radicado este establecimiento? Habría en principio que acudir a verificar si el establecimiento fue colocado o registrado en un servidor en un país determinado, y de esa manera queda sometido a la jurisdicción del país. (...)

PEÑA VALENZUELA, se pregunta sobre qué sucede en el evento de que un establecimiento virtual "...colocado fuera de Colombia pero que realiza actividades comerciales de manera continua, repetida y en gran volumen con ciudadanos colombianos que compran sus bienes en línea". La solución dada por el autor es la siguiente: "Si analizamos el concepto de nuestro Código de Comercio sobre la realización de negocios permanentes en Colombia, veremos cómo empresarios virtuales estarían incluidos dentro de dicha definición a pesar de no tener un establecimiento físico en Colombia y tendrían, por tanto la obligación de establecer una sucursal en Colombia pues al no tener una sucursal, no podrían realizar dichos negocios virtuales permanentes en el país".

(...)A la solución dada arriba, podemos agregar que en el caso en que se trate de "establecimientos mudables", como cuando una persona que ha registrado el nombre de dominio en un país determinado opera por fuera de él(...). En este caso, habría que acudir, al igual que sucede con los establecimientos de comercio "normales", a verificar el sitio físico donde dicho comerciante realiza sus negocios, o en últimas al lugar de su residencia habitual.

Incluso para el caso colombiano, creemos que la persona comerciante o empresario que realice la "apertura" de un establecimiento de comercio "virtual", consistente en el registro de un dominio, deberá inscribirlo en el registro mercantil conforme la prescripción contenida en el artículo 28 numeral 6 del código de comercio colombiano. De esta manera, se presumirá que dicho comerciante tiene el domicilio negocial en donde haya



realizado dicha inscripción.

En el mismo trabajo, citando a MIRANDA SERRANO (4), sobre el establecimiento virtual señaló:

Las empresas virtuales tienen como rasgo el no necesitar un lugar físico o geográfico, sino, simplemente, un sitio en la red, esto hace que la inversión para entrar al negocio sea mínima, a esto debemos agregar la falta de regulación y control sobre la actividad comercial en la red. Miranda Serrano anota: “Las tiendas o establecimientos mercantiles dejaran de ser lugar de encuentro por excelencia entre empresarios y consumidores. Este pasará de situarse en un espacio físico inmobiliario a ubicarse, inmaterializado, en las redes de comunicación que ofrecen las modernas tecnologías de la información y de la comunicación y, muy singularmente, Internet.” (subrayado fuera de texto)

Sobre este punto algunos autores incluyendo quien anteriormente citamos concluyen que el consumidor dejará de acudir a tiendas o establecimientos mercantiles para satisfacer sus necesidades de adquisición de bienes y que este ejercicio se verá remplazado en un futuro muy cercano por unas teclas en el ordenador. Desde nuestra óptica distamos de este tipo de posiciones a nuestro juicio un poco extremas, ya que el consumidor sigue disfrutando el visitar los establecimientos comerciales y tener una cercanía, una proximidad con el o los objetos que desea y esta sensación no es equiparable a la que puede conseguir con el uso de medios electrónicos.

(...)

Por su parte, María Rocío González Mejía (5), respecto al establecimiento comercial virtual, señaló:

5.1.2 Establecimiento de comercio virtual

(...)

El host, es el lugar donde reposa la información; servidores que prestan el servicio de almacenamiento de la misma y que se encuentran permanentemente conectados a la red, permitiendo que cualquier navegante de Internet acceda a la información almacenada. En el derecho comercial podemos asimilar el host al local comercial. Con el host se adquiere también el derecho a cuentas de e-mail que permiten al comerciante recibir información de sus clientes, peticiones y condiciones para contratar, entre otras.

En segundo lugar, el diseño y la información publicada en la página para contactar con el cliente; allí el comerciante anuncia sus productos o servicios con fotografías o modelos prediseñados, y a través de sitios especiales puede aceptar condiciones propuestas por el comerciante y perfeccionar un contrato de adhesión.

En tercer lugar, está el dominio que equivale a la página web, es decir un lugar específico en internet, que en el ciberespacio es concretamente el establecimiento virtual. (...) (subrayado fuera de texto)

En la legislación colombiana contamos con varias disposiciones que regulan el comercio electrónico a través de internet, como son: la Ley 527 de 1999 “Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones”, y la Ley 633 de 2000 “Por la cual se expiden normas en materia tributaria, se dictan disposiciones sobre el tratamiento a los fondos obligatorios para la vivienda de interés social y se introducen normas para fortalecer las finanzas de la Rama Judicial.”

En efecto, la Ley 527 de 1999, en los literales a) y b) del artículo 2o. Definiciones, dispone:

“Artículo 2. Para los efectos de la presente ley se entenderá por:

a) Mensaje de datos. La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), Internet, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax;

b) Comercio electrónico. Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera;”

Por su parte, la Ley 633 de 2000, en el artículo 91, establece: “Todas las páginas Web y los sitios de Internet de origen colombiano que operan en el Internet y cuya actividad económica sea de carácter comercial, financiera o de prestación de servicios, deberán inscribirse en el registro mercantil y suministrar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN, la información de transacciones económicas en los términos que esta entidad lo requiera.”

La Corte Constitucional, en Sentencia C-1147 de 2001, por la cual declaró la exequibilidad condicionada del artículo 91 citado, señaló:

“4.1. El artículo 91 de la Ley 633 de 2000 es una disposición que regula una serie de circunstancias económicas específicas que tradicionalmente estén sometidas a la inspección del Estado.

La norma acusada alude a una serie de actividades, económicamente significativas, como la prestación de servicios o el desarrollo de labores de naturaleza comercial o financiera -que se prestan a través de sitios de Internet páginas web-, respecto de las cuales se consagran dos deberes concretos que tradicionalmente se predicen de otros sujetos que se dedican también al ejercicio de actividades comerciales: se trata de la inscripción en el registro mercantil y la provisión de información a la DIAN sobre las transacciones económicas realizadas.

En primer lugar, debe señalarse que el artículo 91 de la Ley 633 de 2000 se limita a extender la necesidad de cumplimiento de estos dos deberes administrativos, en el plano comercial y tributario, al nuevo escenario de acción que se crea en Internet; ello, con el fin de que el Estado cuente con la información necesaria acerca de la existencia de agentes económicos que acuden a este medio electrónico como vehículo para desarrollar sus actividades. Para tal efecto, la norma demandada señala el hecho que hace posible la aplicación de las obligaciones que crea -la existencia de las páginas web y los sitios de Internet de origen colombiano cuya actividad económica sea de carácter comercial, financiera o de prestación de servicios- y la naturaleza concreta de tales obligaciones -deberán inscribirse en el registro mercantil y suministrar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN, la información de transacciones económicas en los términos que esta entidad lo requiera-. (...)

4.2. Los deberes que consagra el artículo 91 de la Ley 633 de 2000 se predicen de las personas que efectivamente prestan los servicios personales, económicos y financieros que se realizan por medio de páginas web y sitios de Internet —los agentes materiales de la actividad económica-.

(...) Como se advirtió, el supuesto de hecho que sirve de base para la fijación de los deberes que señala la norma acusada es la ejecución de una actividad económica concreta que alguien realiza a través de Internet. Ahora bien: la obligación de inscripción en el registro mercantil y la de remisión de información comercial a la DIAN sobre las transacciones ocurridas a través de las páginas web y sitios de Internet, recaen sobre el agente material de tales operaciones, esto es, la persona natural o jurídica cuya actividad económica profesional está relacionada con servicios personales, comerciales y financieros prestados, en todo o en parte, por la red.

5. Del origen de las páginas web y sitios de Internet sometidos a los deberes señalados por el artículo 91 de la Ley 633 de 2000.

(...) La referencia que se hace a las disposiciones existentes en la materia, resulta pertinente, pues ellas ofrecen una alternativa que, si bien no es la única, permite

desentrañar el sentido de la expresión "de origen colombiano". Se acude, entonces, a un referente legal, aplicable de manera extensiva al presente caso, que puede llevar a precisar el origen de la información que circula por Internet, y por esta vía, establecer un criterio que pueda utilizarse en la determinación del origen de las páginas web y sitios de Internet.

(...) Así, la Ley 527 de 1999 señala qué debe entenderse por "mensaje de datos" (artículo 2), a quién se atribuye un mensaje de datos enviado por Internet (artículo 16), y cuál es el lugar real de envío y recepción de datos (artículo 25). Este último elemento resulta ser especialmente relevante en el presente caso, en la medida en que el mensaje de datos, en principio, se tendrá por expedido en el lugar donde el iniciador tenga su establecimiento.

De esta manera, el legislador establece una relación entre el espacio virtual de acción que se crea en Internet y su correlato real expresado en las actividades de sus diseñadores y operadores, con el propósito de precisar ciertos efectos jurídicos relevantes tal y como ha sido reconocido por las legislaciones internacionales sobre la materia. Así, existe un criterio legal para afirmar el origen de las páginas web y sitios de Internet que, en el caso de ser colombiano, tal y como lo dispone el artículo acusado, deberán inscribirse en el registro mercantil y remitir a la DIAN la información que esta entidad precise cuando se dediquen a la prestación de servicios personales, comerciales y financieros.

(...) 6.2. Los deberes contenidos en el artículo 91 de la Ley 633 de 2000 y los derechos de los usuarios de Internet

6.2.1. Sobre el deber de inscripción en el registro mercantil. (...) En el presente caso, es claro que la inscripción en el registro mercantil es un acto que informa acerca de la existencia de páginas web o sitios de Internet mediante los que se prestan servicios y se realizan actividades, comerciales o financieras. Esto facilita la identificación de los agentes económicos que operan en un nuevo escenario tecnológico. La información que se recopila por esta vía puede contribuir a múltiples finalidades, sin duda, también relevantes en materia tributaria, pues de esta forma "se facilita a la administración el ejercicio de labores de control, acordes con el movimiento de la economía nacional y con las exigencias por sectores económicos".

Este registro, sin embargo, no implica revelar información sobre las transacciones realizadas ni sobre la evolución de la actividad comercial. Aunque si representa hacer pública cierta información para identificar el sitio web o la página de Internet, ésta es la misma que debe revelar cualquier agente económico sobre el cual recaiga el deber de efectuar un registro mercantil. Por eso, prima facie, tal deber resulta razonable, de lo contrario, quienes ejercen el comercio virtual tendrían privilegios frente a quienes también ejercen profesionalmente el comercio por la vía real.

(...)."

De los apartes transcritos de la sentencia C-1147 de 2001 es claro que el artículo 91 de la Ley 633 de 2000 contiene 2 deberes bien diferenciados, para los agentes que ejercen



su actividad económica prestando servicios personales, comerciales o financieros, en todo (desde las actividades de promoción y comercialización de los productos o servicios hasta la realización del negocio jurídico que entraba la relación contractual) o en parte (sólo una o algunas de las etapas de promoción, publicidad, negociación, contratación, etc.), a través de Internet: (i) la de hacer pública la existencia de su página web o sitio en Internet, de origen colombiano, inscribiéndola en el registro mercantil, con el fin de identificar a los agentes económicos que operan en un nuevo escenario tecnológico y (ii) la de suministrar a la DIAN la información directamente relevante y estrictamente necesaria para el cumplimiento de sus funciones en ejercicio de sus competencias legales, sobre las transacciones económicas realizadas a través de sitios en Internet o páginas web, con el propósito de hacer seguimiento al intercambio comercial que se realiza por esta vía.

En efecto, en desarrollo del artículo 91 de la Ley 633 de 2000, esta Superintendencia dio las instrucciones correspondientes, las cuales se encuentran en la Circular Única, que al tenor señala:

“Libro VII. De los libros. Se inscribirá en este libro:

[...]

La dirección de la página web y sitios de Internet, respecto de personas naturales, conforme a lo dispuesto en el artículo 91 de la ley 633 de 2000, para cuyo efecto bastará que el interesado, su representante o apoderado informe por escrito a la respectiva cámara de comercio la referida dirección.

Libro VIII. De las medidas cautelares y demandas civiles. Se inscribirán en este libro:

[...]

La dirección de la página Web y sitios de internet, respecto de personas naturales, conforme a lo dispuesto en el artículo 91 de la ley 633 de 2000, para cuyo efecto bastará que el interesado, su representante o apoderado informe por escrito a la respectiva cámara de comercio la referida dirección.”

“Libro IX. De las sociedades comerciales e instituciones financieras. Se inscribirán en este libro:

La dirección de la página web y sitios en Internet, conforme a lo dispuesto en el artículo 91 de la Ley 633 de 2000, para cuyo efecto bastará que el interesado, su representante o apoderado informe por escrito a la respectiva cámara de comercio la referida dirección.

Por último, frente al comercio electrónico, la Ley 1429 de 2011 – Estatuto de Protección al Consumidor- en su artículo 49, dispone que se entiende 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”, sin perjuicio “de lo establecido en literal b) del artículo 2 de la Ley 527 de 1999”.

Por su parte, el artículo 50 ibídem, dispone:

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.

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.

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.

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

4.2 Registro de Establecimientos de Comercio

Frente al registro del establecimiento de comercio, el artículo 32 del Código de Comercio, establece:

“ARTÍCULO 32. CONTENIDO DE LA SOLICITUD DE MATRÍCULA MERCANTIL. La petición de matrícula indicará:

- 1) El nombre del comerciante, documento de identidad, nacionalidad, actividad o negocios a que se dedique, domicilio y dirección, lugar o lugares donde desarrolle sus negocios de manera permanente, su patrimonio líquido, detalle de los bienes raíces que posea, monto de las inversiones en la actividad mercantil, nombre de la persona autorizada para administrar los negocios y sus facultades, entidades de crédito con las cuales hubiere celebrado operaciones y referencias de dos comerciantes inscritos, y
- 2) Tratándose de un establecimiento de comercio, su denominación, dirección y actividad principal a que se dedique; nombre y dirección del propietario y del factor, si lo hubiere, y si el local que ocupa es propio o ajeno. Se presumirá como propietario del establecimiento quien así aparezca en el registro.”

En cuanto al registro por parte de las cámaras de comercio, de los asuntos relacionados con los establecimientos de comercio, la Circular Única de esta Superintendencia, en el

Título VIII, numeral 1.1.1, señala:

“Libro VI. De los establecimientos de comercio. Se inscribirán en este libro:

- Los actos que afecten o modifiquen la propiedad de los establecimientos de comercio o su administración;
- (...)”

5. CONSIDERACIONES FINALES EN TORNO A LA CONSULTA PRESENTADA.

En línea con lo anterior, y teniendo en cuenta que a este punto se ha logrado la exposición de las consideraciones de orden constitucional, legal, jurisprudencial y doctrinal, en el marco del interrogante planteado en la solicitud formulada, nos permitimos manifestar:

5.1 El registro mercantil, conforme lo dispone el artículo 26 del Código de Comercio, sirve para llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos respectos de los cuales la ley exigiere esa formalidad.

5.2 Frente a su primera inquietud, esta Oficina considera que las páginas web o sitios de internet colombianos a través de los cuales se realizan ventas de bienes y servicios son establecimientos de comercio virtuales y en su calidad de tales –establecimientos- deberán ser matriculados en la respectiva cámara del comercio.

5.3 En cuanto a su segunda pregunta, sobre las obligaciones que adquiere el comerciante que registre un sitio web como medio de comercialización de bienes y servicios, le precisamos que son las mismas de todo comerciante inscrito en el registro mercantil, esto es, las previstas en el artículo 19 del Código de Comercio, entre las cuales se encuentra la de renovar cada año oportunamente la matrícula mercantil, para lo cual deberá pagar la tarifa correspondiente aprobada por el Gobierno Nacional para el efecto.

5.4 Respeto de su tercera y última pregunta, de conformidad con lo señalado en el literal a) del numeral 1.5.3.1. del Título VIII de la Circular Única de ésta Superintendencia, a través del Registro Único Empresarial y Social –RUES, es posible consultar desde cualquier cámara de comercio del país los nombres de las empresas que se encuentran matriculadas en el registro mercantil, así como la información relacionada. En tal virtud, lo invitamos a consultar la información que requiera en internet, a través del RUES, o si prefiere acercarse a la cámara de comercio más cercana, a fin de conocer las páginas web que se encuentren registradas en calidad de establecimientos de comercio virtuales.

Finalmente le informamos que algunos conceptos de interés general emitidos por la Oficina Jurídica, así como las resoluciones y circulares proferidas por ésta Superintendencia, las puede consultar en nuestra página web <http://www.sic.gov.co/drupal/Doctrina-1>

En ese orden de ideas, esperamos haber atendido satisfactoriamente su consulta, reiterándole que la misma se expone bajo los parámetros del artículo 28 de la ley 1755 de 2015, esto es, bajo el entendido que las mismas no comprometen la responsabilidad de esta Superintendencia ni son de obligatorio cumplimiento ni ejecución.

Notas de referencia:

(1) NARVÉZ GARCIA, José Ignacio. Derecho Mercantil Colombiano, Parte General Octava Edición, página 222.

(2)VICTOR IVAN GOMEZ PEREZ en su Proyecto de grado para optar al título de Abogado "REALIDAD JURÍDICA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA", PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA, FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, CARRERA DE DERECHO BOGOTA D.C., 2004.,

(3)PEÑA VALENZUELA Daniel, Aspectos Legales de Internet y del comercio electrónico, Primera Edición, Dupre editores Ltda., 2001.

(4) MIRANDA SERRANO Luis, Derecho de desistimiento del consumidor en la contratación electrónica, Comercio Electrónico y Protección de los Consumidores, Editorial La Ley, 2001, Pág. 582

(5)GONZALEZ MEJÍA María Rocío - Notas de Derecho Comercial – CEIPA Universidad de la Empresa.

Atentamente,

JAZMIN ROCIO SOACHA PEDRAZA
JEFE OFICINA ASESORA JURÍDICA

Elaboró: Clara Inés Vega
Revisó: Rocío Soacha
Aprobó: Rocío Soacha