



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

RESOLUCIÓN NÚMERO 45476 DE 2010
(27 DE AGOSTO DE 2010)

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

Expediente No. 08010721-08036673-08067884-08075725-08080264-08104477-09028265-09036931-09057591

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y METROLOGÍA

En ejercicio de sus facultades legales, en especial las conferidas por el Código Contencioso Administrativo, el Decreto 3523 de 2009 y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que mediante Resolución 412 del 18 de enero de 2010, la Superintendencia de Industria y Comercio impuso a la sociedad NLC Editores S.A. una sanción pecuniaria por la violación de los artículos 14, 16 y 31 del Decreto 3466 de 1982.

SEGUNDO. Que el doctor Augusto Páez Tovar, apoderado especial de la sociedad NLC Editores S.A., dentro del término legal, interpuso y sustentó los recursos de reposición y apelación.

TERCERO: Que con fundamento en el artículo 59 del Código Contencioso Administrativo este Despacho resolverá todas las cuestiones que hayan sido planteadas y las que aparezcan con ocasión del recurso.

3.1. Violación al Debido Proceso

Argumentos del recurrente

En primer término, el recurrente advierte que las reclamaciones de varios quejosos fueron acumuladas, sin que esto le haya sido notificado, lo cual constituye una violación al derecho de defensa.

Consideraciones del Despacho

La ley facultó a la Superintendencia para que impartiera instrucciones para el adecuado cumplimiento de las disposiciones de protección al consumidor, cuyo control y vigilancia le competen a esta entidad. En efecto, el numeral 37 del artículo 1 del Decreto 3523 de 2009, que derogó el Decreto 2153 de 1992¹, dispone:

“37. Impartir, instrucciones en materia de protección al consumidor, protección de la competencia, propiedad industrial y en las demás áreas propias de sus funciones, así como fijar los criterios que faciliten su cumplimiento y señalar los procedimientos para su cabal aplicación.”

En ejercicio de esas facultades legales, la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio, en el numeral 6.3. del capítulo sexto del título II, en desarrollo del artículo 29 del Código Contencioso Administrativo, dispuso que la acumulación de expedientes procede, a

¹ Facultad contenida en el numeral 21 del Decreto 2153 de 1992 en los siguientes términos: “21. Instruir a sus destinatarios sobre la manera como deben cumplirse materias que hace referencias el numeral anterior, fijar los criterios que faciliten su cumplimiento y señalar los procedimientos para cabal aplicación.”

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

solicitud de parte o de oficio, además de cuando existan documentos relacionados con una misma actuación o actuaciones que tengan el mismo efecto, siempre que se trate de “[d]os (2) o más actuaciones administrativas adelantadas contra una misma persona natural o jurídica, siempre que provengan de la misma causa, versen sobre el mismo objeto o sobre cuestiones conexas, o deban valerse de unas mismas pruebas (...). Dispuesta la acumulación por la dependencia competente, las actuaciones continuarán tramitándose conjuntamente y se decidirán en la misma providencia.”.

La figura de la acumulación encuentra sustento en los principios que rigen las actuaciones administrativas, en especial, en el de economía que busca la aplicación de las normas de procedimiento para agilizar las decisiones y adelantar los trámites en el menor tiempo posible. De igual manera en el principio de celeridad el cual impone la obligación a las autoridades de impulsar oficiosamente los procedimientos y suprimir los trámites innecesarios, sin que ello las exonere de considerar todos los argumentos y pruebas.

Aunado a lo anterior, la acumulación de trámites está directamente relacionada con el principio de la seguridad jurídica, que se traduce en la certeza del derecho del administrado, es decir, en la garantía de que no existirán decisiones contradictorias cuando se adelanten varios procesos en su contra, por hechos que guarden relación íntima, o versen sobre cuestiones conexas.

Ahora bien, las nueve (9) quejas, tal como se expone a continuación, se originaron en la información suministrada a los consumidores de manera previa a la celebración del contrato, así:

Expediente	Motivo de la reclamación	Folios
08010721	El paquete de inglés era 3x1, razón por la cual, el reclamante adquirió el producto para él y sus hijas; sin embargo, las asesorías sólo resultaron ser para el titular del programa. Las instalaciones del establecimiento de la investigada son propias de un sitio destinado a actividades académicas.	2 a 22
08036673	Pese a que le informaron que los profesores que brindaban las asesorías eran nativos y especializados en la enseñanza del idioma inglés, resultaron no siendo nativos y ni siquiera licenciados. La certificación otorgada a la finalización del curso no es de interprete y no tiene la aprobación de alguna entidad acreditada. Mala calidad del material. Uno de los libros había sido usado previamente y borrado.	48 a 61
08067884	El producto ofrecido era un curso de inglés no un material didáctico. Se ofreció como un curso con una intensidad de 10 horas semanales, 2 horas diarias y resultó que sólo eran 2 horas semanales.	86 a 95
08075725	Se ofreció la garantía de aprender el idioma inglés en 8 meses y en razón a la no disponibilidad de cupos para las asesorías, es imposible adquirir el conocimiento en dicho tiempo. Pese a que le informaron que los horarios eran flexibles, lo cierto es que nunca había disponibilidad. Le ofrecieron un curso de inglés y resultó ser un material didáctico. El paquete 2x1 no consistía en la entrega de dos materiales por el precio de 1, sino que las asesorías “gratuitas” si eran para las dos personas.	121 a 129
08080264	La percepción que le crearon al momento de la venta era que estaba adquiriendo un servicio educativo informal para el aprendizaje del idioma inglés y en realidad, se trataba de un material didáctico.	302 a 309
08104477	La percepción que le crearon al momento de la venta era que estaba adquiriendo un curso para el aprendizaje del idioma inglés y en realidad, se trataba de un material didáctico. En el momento de la venta le aseguraron que la empresa tenía un convenio con el Centro de Estudios Aeronáuticos y no resultó ser cierto.	475 a 481
09028265	Pese a que le informaron que los horarios eran flexibles, lo cierto es que se las cambiaron con una antelación de 24 horas, las siguientes debía apartarlas con una semana de anticipación y era muy difícil. La percepción que le crearon al momento de la venta era que estaba adquiriendo un curso para el aprendizaje del idioma inglés y en realidad, se trataba de un material didáctico.	496 a 512
09036931	La percepción que le crearon al momento de la venta era que estaba adquiriendo un curso para el aprendizaje del idioma inglés y en realidad, se trataba de un material didáctico.	530 a 539
09057591	Errores en el material didáctico. El material didáctico no es suficiente, razón por la cual son necesarias las asesorías.	553 a 564

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

Como se observa, los nueve (9) escritos reseñados tenían una causa común: la creencia de haber adquirido unos cursos de inglés, con flexibilidad de horarios, a la empresa NLC Editores S.A., por lo que a través del Auto No. 01935 de 20 de noviembre de 2009, esta Superintendencia los acumuló para tomar la decisión definitiva, aprovechando así el material probatorio aportado en cada uno de los radicados.

En cada una de las radicaciones se brindó la oportunidad a la investigada para que conociera de los hechos objeto de la queja y ejerciera su derecho de defensa, así:

Expediente	Fecha de escrito de solicitud de explicaciones	Folios	Fecha de respuesta a la solicitud de explicaciones	Folios
08010721	29-05-2008	26 a 29	10-07-2008	30 a 44
08036673	24-06-2008	65 y 66	08-08-2008	69 a 83
08067884	15-08-2008	109 y 110	11-09-2008	111 a 118
08075725	24-09-2008	133 y 134	31-10-2008	135 a 163
08080264	17-09-2008	313 y 314	31-10-2008	315 a 471
08104477	31-10-2008	485 y 486	22-12-2008	488 a 493
09028265	23-06-2009	576 y 517	14-08-2009	519 a 527
09036931	28-04-2009	543 y 544	09-06-2009	545 a 550
09057591	19-06-2009	569 y 570	05-08-2009	571 a 581

En efecto, en cada una de las radicaciones se remitió el correspondiente escrito de solicitud de explicaciones indicando su imputación fáctica y jurídica, a lo cual dio respuesta la investigada, como se evidencia en el cuadro anterior.

Sobre la acumulación, tal como se llevó a cabo en el caso bajo examen, manifestó el Tribunal Administrativo de Cundinamarca en sentencia del 17 de noviembre de 2005:

“El artículo 29 del C. C. A., establece:

“Cuando hubiere documentos relacionados con una misma actuación o con actuaciones que tengan el mismo efecto, se hará con todos un solo expediente al cual se acumularán, de oficio o a petición de interesado, cualesquiera otros que se tramiten ante la misma autoridad y tengan relación íntima con él para evitar decisiones contradictorias”.

“De lo consagrado en el artículo anterior, se tiene que la acumulación procesal, en tratándose de actuaciones administrativas, resulta procedente siempre que ellas tengan el mismo efecto, se tramiten ante una misma autoridad y exista una relación íntima, acumulación que busca evitar decisiones contradictorias.

“Del pliego de cargos No. 031 del 9 de marzo de 2000, se colige que las 200 denuncias presentadas por los usuarios del servicio de telefonía prestado por la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá S.A. E.S.P., se relacionan con la desatención dentro del término legal, de los derechos de petición, y con el no reconocimiento de los efectos del silencio administrativo positivo.

“De manera que existe una causa común frente a todos los usuarios o suscriptores del servicio en las denuncias formuladas ante la Superintendencia, cual es la no contestación oportuna de sus reclamos, aunque estén originados en diversas circunstancias, lo que permite advertir que existe entre ellos una relación íntima, y coinciden en la búsqueda de un mismo efecto, posibilitándose, así, la acumulación para evitar decisiones contradictorias.

“Esa identidad en las manifestaciones de los usuarios o suscriptores está dada en tanto que las solicitudes, quejas, reclamos o recursos corresponden al ejercicio del derecho constitucional fundamental de petición, consagrado por el artículo 23 de la C.P., y desarrollado, en lo pertinente, por el C.C.A., y la Ley 142 de 1994, y las correspondientes respuestas tienen íntima relación con la prestación eficaz, adecuada y oportuna de un servicio público a cargo de la ETB.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

“Con la cuestionada acumulación se está dando aplicación a los principios de economía, celeridad y eficacia, orientadores, junto a otros, de la actuación administrativa (Art. 3º del C. C. A.).”

En razón de lo expuesto, este Despacho concluye que la acumulación se efectuó en un todo, de acuerdo con las disposiciones legales sobre la materia, por lo que no son de recibo los argumentos expuestos en punto a la posible violación del derecho de defensa ocasionado por la acumulación de expedientes.

3.2. Violación al Derecho de Defensa

Argumentos del recurrente

El recurrente señala que en la decisión recurrida se indicó, sin ningún fundamento, que las únicas pruebas obrantes en la investigación eran las de los quejosos, y que se rechazó de plano la documental presentada por la investigada.

Advierte igualmente que la entidad no decretó las pruebas solicitadas por su representada, estando ceñidas al asunto materia del trámite, no estar prohibidas, no ser ineficaces, impertinentes ni superfluas y habiéndose cumplido con los parámetros legales para efectos de su solicitud. Y en tal sentido, precisa que se encuentran prohibidas las sanciones de plano, entendiéndose éstas como aquellas en las cuales se imponen sanciones sin formalidades y con base a las propias informaciones de la administración.

Consideraciones del Despacho

Contrariamente a lo manifestado por el recurrente, las pruebas documentales no fueron rechazadas de plano; por el contrario, la resolución impugnada da clara cuenta de que fueron valoradas y tenidas en cuenta para efectos de adoptar la decisión.

Ahora bien, en relación con la solicitud de las declaraciones juramentadas, la prueba pericial y la inspección judicial, este Despacho comparte la decisión de la Dirección por las razones que se exponen a continuación:

En relación con las declaraciones juramentadas de los reclamantes, es preciso indicar que su práctica sólo hubiera contribuido a precisar aspectos relacionados con la información suministrada, lo cual resultaba innecesario en tanto que dentro del expediente aparecen las piezas publicitarias objeto de análisis; por su parte, la prueba denegada no hubiera tenido la aptitud para valorar el mensaje percibido por un consumidor frente a la información ofrecida que es el fundamento de la sanción.

Y es que lo que buscan las investigaciones que adelantan las entidades de vigilancia y control es dilucidar si una información fue o no engañosa lo que supone verificar la correspondencia entre el mensaje percibido por el receptor y la realidad. Es por ello que en esta materia, la valoración que se lleva a cabo es desde la perspectiva del destinatario de la información, para lo cual se toma como parámetro el del consumidor racional.

En tal sentido, tanto el dicho del quejoso como la pieza publicitaria obrante a folio 38 del plenario le permiten a esta entidad hacer una valoración de lo que en principio entendería un consumidor de una información que se le suministra. De allí que una declaración juramentada sobre las condiciones de venta y los términos de la oferta resulte inútil² para los fines de la investigación que se adelanta.

² “En términos generales, se puede decir que la prueba es inútil cuando sobra, por no ser idónea, no en sí misma, sino con relación a la utilidad que le debe prestar al proceso, ya que esto sólo puede recaudar las pruebas necesarias para el pronunciamiento del fallo. Si nos valiéramos de una metáfora, podríamos decir que el proceso debe consumir las pruebas que le sean absolutamente necesarias para pronunciar el fallo y

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

Ahora, una declaración juramentada en la que se realicen preguntas puntuales en relación con la información suministrada no desvirtúa el mensaje que recibió; e igualmente, en materia de protección al consumidor no se analizan las frases sueltas que componen la publicidad, sino la percepción que, a partir de toda la información, tiene el consumidor.

Respecto de la prueba pericial y la inspección judicial solicitadas en la respuesta a la solicitud de explicaciones obrantes a folios 69 a 83 del plenario, se encuentra que éstas tenían como fin determinar si la promesa de aprender inglés en 32 semanas, a través de la musicoterapia, era cierta o engañosa, así como establecer la idoneidad y calidad del servicio prestado, al contar con las instalaciones y el personal requerido para prestar el servicio de asesoría al que se comprometió. Y en tal sentido, ha de indicarse que la calidad e idoneidad del bien o servicio no era el objeto que se trataba de dilucidar con la investigación que se suscitó

Este Despacho concluye, entonces, que dichas pruebas no resultaban pertinentes³ en el curso de la presente investigación, razón por la cual no se viola el derecho de defensa de la investigada al no haberse decretado las pruebas mencionadas.

Y es que, en materia probatoria el Código Contencioso Administrativo establece las siguientes reglas:

"Artículo 34. Durante la actuación administrativa se podrán pedir y decretar pruebas y allegar informaciones, sin requisitos ni términos especiales, de oficio o a petición del interesado.

"Artículo 35. Habiéndose dado oportunidad a los interesados para expresar sus opiniones, y con base en las pruebas e informes disponibles, se tomará la decisión que será motivada al menos sumariamente si afecta particulares(...)"

Los medios de defensa en las actuaciones administrativas comprenden necesariamente, como lo expresó la Corte Constitucional en la sentencia C- 1270/2000⁴, la necesidad de que se observen ciertas garantías mínimas en materia probatoria, con miras a asegurar que los interesados puedan ser oídos y hacer valer sus pretensiones e intereses. Por consiguiente, cuando aquéllas tengan por fin la imposición de sanciones al investigado le asiste a éste el derecho de presentar y solicitar la práctica de pruebas y que éstas sean decretadas y practicadas, a contradecir las que se presenten en su contra, a que se decreten de oficio las que se consideren pertinentes para producir la certeza necesaria para decidir, y a que se produzca su evaluación con arreglo a los principios de la sana crítica, pues de este modo puede afirmar su inocencia y poner a salvo su responsabilidad.

que no puede darse el lujo de recaudar pruebas que sobren, superfluas, redundantes o corroborantes, cuando esto no sea absolutamente necesario." PARRA QUIJANO, Jairo. MANUAL DE DERECHO PROBATORIO. Ediciones Librería del Profesional. Décima Edición. 1999. Páginas 91.

³ *"La sanción en nuestros diálogos para la persona que introduce temas que no tienen nada que ver con lo que se venía hablando, es el reproche y en el proceso es el rechazo in limine de la prueba." Ibidem. Página 90.*

⁴ *"(...) 2.1 Parte esencial de dichos procedimientos lo constituye todo lo relativo a la estructura probatoria del proceso, conformada por los medios de prueba admisibles, las oportunidades que tienen los sujetos procesales para pedir pruebas, las atribuciones del juez para decretarlas y practicarlas, la facultad oficiosa para producir pruebas, y las reglas atinentes a su valoración.*

2.2 Aun cuando el art. 29 de la Constitución confiere al legislador la facultad de diseñar las reglas del debido proceso y, por consiguiente, la estructura probatoria de los procesos, no es menos cierto que dicha norma impone a aquél la necesidad de observar y regular ciertas garantías mínimas en materia probatoria. En efecto, como algo consustancial al derecho de defensa, debe el legislador prever que en los procesos judiciales se reconozcan a las partes los siguientes derechos: i) el derecho para presentarlas y solicitarlas; ii) el derecho para controvertir las pruebas que se presenten en su contra; iii) el derecho a la publicidad de la prueba, pues de esta manera se asegura el derecho de contradicción; iv) el derecho a la regularidad de la prueba, esto es, observando las reglas del debido proceso, siendo nula de pleno derecho la obtenida con violación de éste; v) el derecho a que de oficio se practiquen las pruebas que resulten necesarias para asegurar el principio de realización y efectividad de los derechos (arts. 2 y 228); y vi) el derecho a que se evalúen por el juzgador las pruebas incorporadas al proceso.

2.3 Siendo el proceso un conjunto sucesivo y coordinado de actuaciones en virtud del cual se pretende hacer efectivo el derecho objetivo, restablecer los bienes jurídicos que han sido lesionados o puestos en peligro y garantizar los derechos fundamentales de las personas, resulta razonable que el legislador haya determinado unas oportunidades dentro del proceso en donde las partes puedan presentar y solicitar pruebas, y el juez, pronunciarse sobre su admisibilidad y procedencia, e incluso para ordenarlas oficiosamente y, además, valorarlas".

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

Ahora, la autoridad competente no está obligada a decretar y a practicar todas las pruebas solicitadas, sino las que sean pertinentes y conducentes, por lo que podrá negarse la práctica de pruebas, cuando ellas no sean aptas para esclarecer los hechos que se investigan.

Al respecto la Corte ha indicado:

"(...) la negativa a la práctica de pruebas sólo puede obedecer a la circunstancia de que ellas no conduzcan a establecer la verdad sobre los hechos materia del proceso o que estén legalmente prohibidas o sean ineficaces o versen sobre hechos notoriamente impertinentes o se las considere manifiestamente superfluas (arts. 178 C.P.C y 250 C.P.P); pero a juicio de esta Corte, la impertinencia, inutilidad y extralimitación en la petición de la prueba debe ser objetivamente analizada por el investigador y ser evidente, pues debe tenerse presente que el rechazo de una prueba que legalmente sea conducente constituye una violación del derecho de defensa y del debido proceso.

"El derecho de toda persona de presentar pruebas y controvertir las que se alleguen en su contra (...), constituye un derecho constitucional fundamental, y dado que la declaratoria de inconducencia de una prueba puede conllevar la violación del derecho de defensa y del debido proceso, con innegable perjuicio para el inculpado, el investigador debe proceder con extrema cautela y en caso de duda, optar por la admisión de la prueba" (Sentencia T-393 de 1994. M.P. Antonio Barrera Carbonell)².

Por las razones expuestas, este cargo no está llamado a prosperar.

3.3. Desconocimiento de la presunción de inocencia

Argumentos del recurrente

El recurrente advierte que se desconoció el derecho de la presunción de inocencia consagrado en el inciso 4 del artículo 29, en tanto que sin pruebas legalmente aportadas y consideradas, con la negociación sistemática del principio de contradicción de la prueba y con la violación al debido proceso, la investigada fue sancionada.

Consideraciones del Despacho

El principio de presunción de inocencia, consagrado en el inciso 4º del artículo 29 de la Constitución Política, como elemento estructural del procedimiento sancionatorio y del principio de responsabilidad de acto y no de autor que rige el sistema judicial, es igualmente aplicable a las actuaciones administrativas y se trata de uno de los elementos constitutivos de la garantía al debido proceso, al igual que el ejercicio de los derechos de contradicción y defensa.

En tal sentido, la presunción de inocencia se define como aquella garantía fundamental que tiene la persona vinculada a un proceso y acusada de cometer una infracción penal, disciplinaria o administrativa, de ser considerada y tratada como inocente hasta tanto no se demuestre lo contrario y sea declarada culpable mediante sentencia ejecutoriada.

Por lo anterior, se tiene que una persona es ajena a la comisión de infracciones administrativas hasta tanto la administración a través de sus operadores no desvirtúe con pruebas fehacientes la presunción en mención, esto es que rompa ese ropaje que tiene el investigado y demuestre que este se encuentra incurso en la comisión de una infracción establecida en la Ley, haciendo cambiar su situación presunta de inocente a una situación cierta de responsable.

Sobre la aplicación del principio de la presunción de inocencia en la actividad sancionatoria señala la Corte Constitucional en Sentencia T-097 de 1994. M.P. Eduardo Cifuentes:

"El principio de presunción de inocencia impone que la carga de la prueba corresponda a los acusadores y que para desvirtuarla sea necesario que la prueba practicada ha tenido lugar en un juicio, con todas las garantías procesales y formalidades previstas...La culpabilidad debe ser probada bajo las condiciones establecidas en el debido proceso. Cualquier enunciado con pretensión de veracidad establecido por fuera de

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

las formas procesales que protegen el derecho de defensa, es una veracidad espuria que no tiene validez, así cuente la convicción del juzgador o incluso con la verdad real. Mientras estos supuestos no hayan sido respetados, el investigado continuará gozando del beneficio de la presunción de inocencia”.

Entonces, en ese sentido jurisprudencial, a la autoridad administrativa le corresponde demostrar en forma fehaciente la comisión de la infracción a la normativa legal, luego de un trámite ajustado a la ley, para desvirtuar la presunción de inocencia.

Descendiendo al caso concreto, se tiene que esta Superintendencia, como autoridad administrativa y con fundamento en las facultades legales conferidas en el acápite f) del artículo 43 del Decreto 3466 de 1982 y el numeral 14 del artículo 1 del Decreto 3523 de 2009, hizo uso de su facultad legal policiva y sancionatoria y abrió investigación administrativa y formuló cargos contra la sociedad NLC Editores S.A., por presunta infracción de los artículos 14 y 16 del Decreto 3466 de 1982.

Así mismo, dentro del proceso sancionatorio, y tal y como se expuso en el acápite anterior de la presente decisión respecto de las pruebas solicitadas y aportadas por la investigada a esta investigación, esta entidad recopiló y valoró el material probatorio suficiente para contar con los elementos de juicio necesarios para adoptar la decisión. Sin embargo, de las pruebas recopiladas, la Dirección tuvo la certeza de que la investigada había suministrado a los consumidores una información no veraz e insuficiente en relación con el producto ofrecido.

Por lo anterior, no encuentra este Despacho que se haya violado el principio de la presunción de inocencia, por lo que este cargo tampoco está llamado a prosperar.

3.4. Interpretación errónea de las normas en que debió fundarse el acto administrativo- Valoración de pruebas – Falsa Motivación

Argumentos del recurrente

En tal sentido, el recurrente señala que el artículo 14 del Decreto 3466 de 1982 no exige que la publicidad tenga toda la información que se relaciona en dicha norma, sólo que si de alguno de esos ítems se da información, ésta debe ser clara, expresa y suficiente, por lo que afirma que se dio una interpretación errada a la norma.

Advierte que en una de las piezas publicitarias analizadas no se dice nada sobre el objeto del contrato, ni de las condiciones económicas, y que en ella sólo se indican las características del programa, del material y de las asesorías, por lo que no puede “calificarse de oscura, cuando no existe información.”

Considera que no era obligación indicar la naturaleza del contrato, es decir precisar si se está tomando un servicio o si se está vendiendo un material, en tanto que en la pieza publicitaria no se mencionó nada sobre la naturaleza del contrato, por lo que afirma se dio una interpretación errada a la norma.

Y frente al tema, indica que el marco jurídico en que se fundamenta la decisión es inconsistente, en tanto que pese a ser claro que se ofertó un método para aprender inglés con un incentivo de asesoría, se sancionó por no ser veraz ni suficiente dicha oferta.

Igualmente, arguye que las pruebas aportadas a la investigación ilustran que el consumidor adquirió unos textos para el aprendizaje del idioma inglés, de manera completa, suficiente y veraz.

En ese orden de ideas, señala que la publicidad de servicios tiene como propósito contactar a quien esté interesado en el tema y el contrato instruye de manera amplia, suficiente y veraz la oferta.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

Así mismo, afirma que el idioma inglés se hace fácil con la metodología que se incluye en los textos; sin embargo, si el consumidor abandona su interés y voluntad de aprenderlo, no significa que se le pueda endilgar una falla de idoneidad al producto. Y establece que el proceso de oferta es integral y no parcial, en razón a que son varios los documentos y procesos necesarios para que se aprenda el idioma inglés.

Ahora bien, en relación con el aviso radial se afirma en la decisión impugnada que en ella nada se dijo acerca del objetivo principal del contrato; sin embargo, señala el recurrente que al momento de la compra del material no existía publicidad de la que se manifiesta sirvió de inducción a error.

En tal sentido, señala que en la decisión impugnada se dejaron de apreciar pruebas como los contratos de compraventa e incentivo, así como el modelo de inducción entregado al usuario, en los que se expresa en forma clara y suficiente el objeto del negocio, los cuales están firmados y acreditan que el usuario conoció sobre dicha información.

Advierte también que la motivación de la decisión impugnada no es cierta, ni seria, ni adecuada y corresponde más a un interés particular del funcionario de sancionar por sancionar.

Incluso, establece que se evidencia un común denominador de los reclamantes correspondiente al no pago de la obligación pecuniaria, razón por la cual concluye que esta entidad está actuando como un gestor de consumidores negligentes y como un instrumento de no pago.

Ahora, en relación con la interpretación que se da a los términos matrícula, alumno y curso en el acto administrativo impugnado, la cual fue determinante en la fundamentación de la sanción, realiza las siguientes precisiones para concluir que la motivación de la decisión en comento es errónea y acomodada, en tanto que sólo atendiendo a la necesidad de sancionar por sancionar:

“(...) acaso el que aprende un idioma no le hace necesario que lo haga mentalmente y con su memoria o con un profesor o libro)

“alumno no es el que aprende bien sea presencial o a distancia o mediante un método o guía (...)”

“matrícula no es mas que el registro de quien desea iniciar un conocimiento de manera guiada(...)”

Así mismo, arguye que los reclamantes son personas adultas y con una mediana cultura y conocimientos que no se van a sentir engañados con una oferta que invita a aprender inglés, aún más si firman un contrato de compraventa y aceptan un incentivo para el aprendizaje. Afirma que el consumidor es un estudiante que requiere de textos y guías como tal, para que como usuario del método escrito, asuma la responsabilidad y el querer adquirir el conocimiento.

Y establece que el encabezado del considerando cuarto⁵ del acto impugnado es *“impropio por la conformación del presupuesto en la fundamentación”*, en razón a que obedece a un método automático para quien desea sancionar. Adicionalmente, precisa que cuando se hace mención a la defensa de la investigada en la decisión en comento, la Dirección sólo se limita a transcribir, sin *“escuchar”*, lo cual viola la *“buena fe de la motivación”*.

De otro lado, manifiesta que la etapa precontractual no es suficiente para definir si hubo o no engaño, pues debe considerarse que el idioma pudo no ser aprendido por la negligencia del consumidor o por su interés de no cancelar el precio total del producto, aún más si se tiene en cuenta que otros consumidores no han manifestado inconformidad alguna con la investigada.

Consideraciones del Despacho

⁵ “Que con base en los hechos anotados, a partir de los cuales se advierte la presunta violación de las normas sobre propaganda comercial contenidas en los artículos 14 y 31 del Decreto 3466 de 1982 (...)”

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

Sea lo primero indicar que el artículo 78 de la Constitución Política de Colombia establece el control que debe hacerse, entre otros, respecto de la información que se suministra al público en la comercialización de los bienes y servicios ofrecidos en el mercado nacional. Ello significa que el derecho de los consumidores, en cuanto a la información, no empieza a partir de la celebración del contrato sino desde el momento mismo en que se suministra información respecto de los bienes que se van a comercializar, momento a partir del cual se atrae o no al consumidor para adquirir el bien o el servicio.

A su vez, el Consejo de Estado en Sentencia de 22 de junio de 2006, Consejo de Estado, Consejero Ponente Dr. Rafael E. Ostau de Lafont Pianeta, se pronunció en los siguientes términos:

“Conviene reiterar que la protección de los derechos del consumidor, pasa necesariamente por una adecuada información sobre los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado⁶, ya que con base en ella y atendiendo sus circunstancias personales de todo orden, sus intereses y necesidades es que decide sobre su adquisición o no, con lo cual se está diciendo que esa publicidad incide y condiciona la conducta del consumidor, la medida o grado de satisfacción de sus necesidades y su calidad de vida, considerada individual y socialmente, y en ese orden el legislador ha querido eliminar toda posibilidad de que esa incidencia se de en perjuicio del consumidor, más cuando la doctrina y la jurisprudencia ha puesto de presente que éste es la parte frágil y débil de la relación negocial en el mercado⁷, a lo que la Sala agrega que es el destinatario y objetivo de toda actividad económica; y que ésta, a fin de asegurar que esté al servicio de la persona humana, ha sido sometida por el Constituyente y el legislador colombiano de tiempo atrás a una función social, es decir, que sin perjuicio de la libertad de empresa y el ánimo de lucro que la pueda motivar, debe estar al servicio del ser humano, de su calidad de vida y su derecho a una vida digna.”

En desarrollo del citado artículo 78 Superior, el artículo 14 del Decreto 3466 de 1982, establece:

“ARTICULO 14 Decreto 3466 de 1982. 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. (...) “

En relación con la norma transcrita, señaló esta Superintendencia⁸:

“Como se observa, la norma arriba citada establece una relación de causalidad entre la primera frase en ella contenida y la segunda, de tal forma que en ésta última establece una prohibición general, que se constituye en el principio fundamental que deben respetar los anunciantes. “Esta prohibida la publicidad que no corresponda a la realidad, así como las que induzcan o puedan inducir a error.”

“Acorde con lo anterior, la norma citada enuncia una serie de elementos respecto de los cuales se predica la prohibición de no inducción a error⁹, elementos que tienen en común el hecho de ser aspectos objetivos de los productos o servicios ofrecidos, y frente a los cuales los mensajes que en torno a ellos se transmitan pueden ser engañosos y, por lo tanto, no coincidentes con la realidad o, por el contrario, verdaderos y por lo tanto reales.

“Lo anterior es armónico con la primera frase del artículo 14 del Decreto en mención, pues al exigirse que la información comercial que se transmita sea veraz y suficiente, se está estableciendo que la información objetiva sea real y no induzca a error al consumidor. En efecto, según el Diccionario de la Lengua Española, el calificativo de “veraz” significa “que dice, usa o profesa siempre la verdad”, y a su turno, el término verdad

⁶ El artículo 78 de la Constitución Política justamente remite a la ley la regulación del control, no solo de la calidad de los bienes y servicios ofrecidos y prestados, a la comunidad, sino de la información que debe suministrarse al público en su comercialización, así: “Artículo 78.- La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.”

⁷ En sentencia de 10 de febrero de 2005, en acción popular, expediente núm. AP – 00254, consejera ponente doctora MARÍA ELENA GIRALDO GÓMEZ se dice: “el modelo económico constitucional colombiano dedica especial atención a los derechos de los consumidores en virtud de su situación indiscutible de desventaja en un esquema de libre competencia económica”.

⁸ Resolución No. 41 de 13 de enero de 2004

⁹ “(...) 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.”

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

significa “conformidad de las cosas con el concepto que de ellas forma la mente”. De lo anterior se sigue que la exigencia de veracidad que se hace en la norma arriba citada, se refiere a los elementos o aspectos objetivos de aquello que se informa, pues sólo respecto de éstos, el receptor de la información puede comprar si el juicio o la representación mental que de ellos hace, está o no conforme con la cosa o realidad respecto de la cual se le ha informado, mientras que las afirmaciones subjetivas no pueden ser calificadas de verdaderas ni de falsas, pues corresponden a apreciaciones que simplemente reflejan la opinión del anunciante en torno a unos productos. Dado que las opiniones subjetivas no son ni falsas ni verdaderas, sino simples opiniones, los calificativos arriba citados no le son aplicables a dichas afirmaciones.”

En otros términos, siempre que se analice si la información que se suministra corresponde o no con la realidad, es menester establecer cuál fue el mensaje transmitido.

Para tal efecto, ha de indicarse que el parámetro que universalmente se utiliza para evaluar si un mensaje es o no engañoso, es el del consumidor medio o racional, el cual se fundamenta en la realidad de la forma los consumidores entienden la publicidad, pues parte de la base de reconocer que las personas que reciben los anuncios realizan un examen superficial de ellos y no uno profundo y detallado¹⁰.

Frente al tema es preciso señalar que la superficialidad en el análisis que hace el consumidor “no debe entenderse como un análisis descuidado o irresponsable, sino, por el contrario, como el reflejo del hecho de que el consumidor no hace un análisis exhaustivo y profundo del anuncio, no siendo exigible un análisis experto y detallado del mismo. Así, los anuncios deberán ser juzgados atendiendo a su contenido y al significado que el consumidor les atribuirá, al sentido común y usual de las palabras, frases y oraciones, y lo que éstas sugieren o afirman sin tener que recurrir a interpretaciones alambicadas, complejas o forzadas prefiriéndose de varias interpretaciones posibles, aquella que surge más naturalmente a los ojos del consumidor”¹¹.

Así las cosas, las normas sobre publicidad engañosa buscan que se transmita a los consumidores una información que permita una interpretación natural y obvia, que sin llegar a ser profunda, científica y técnica, les permita separar los elementos puramente creativos, de aquellos objetivamente comprobable y creíbles.

Pues bien, en tratándose de la publicidad en relación con un producto, es claro para este Despacho que el consumidor debe tener certeza, a partir de la información que se le suministra, sobre cuáles son las características del producto que pretende adquirir.

Descendiendo en el caso en comento, se encuentra que en la pieza publicitaria analizada en la decisión impugnada (f. 38), se hace mención al término “método” y, en adición, del análisis de los documentos que obran en el expediente¹², concluyó la Dirección que a partir de la información suministrada, los consumidores podían percibir que lo que adquirirían sería un curso tradicional, en donde los estudiantes están guiados por un profesor y no que estaban adquiriendo un material didáctico.

Bajo ninguna perspectiva puede concluirse que es lo mismo promocionar un curso de inglés que un material didáctico para aprender inglés, en tanto que ambos productos tienen unas características especiales.

Ahora, frente a la afirmación del recurrente correspondiente a que se realizó una interpretación equívoca del material probatorio obrante en la presente investigación, en tanto que la Dirección no se percató de que lo que se vendió fue un material de auto aprendizaje y no un curso de inglés, como lo afirman los quejosos, lo cual se encontraba consagrado en los contratos suscritos por los quejosos, sea lo primero indicar que la información que se entrega a los potenciales consumidores respecto de los productos ofrecidos reviste una importancia mayúscula, pues a partir de ella es que se adopta la decisión de comprar o no el producto en cuestión.

¹⁰ Ut supra

¹¹ Indecopi. Resolución 054-096 TRI-SDC

¹² Folios 4, 6 a 9, 14 a 16, 35, 36, 53 a 55, 75, 88, 89, 98, 99, 116, 117, 141, 142, 144 a 148, 303 a 305, 307, 493, 503, 525, 531, 532 y 560 del plenario.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

Del análisis del artículo 78 de la Constitución Política de Colombia se advierte un deber de informar mayúsculo que impone a quien ostenta la calidad de productor y/o expendedor la obligación de indicar los *“aspectos que conoce y que disminuyen o pueden disminuir la capacidad de discernimiento o de previsión del otro, si dichos datos no se suministran. Desde el punto de vista normativo es el deber jurídico obligacional, de causa diversa, que incumbe al poseedor de información vinculada con una relación jurídica o con la cosa involucrada en la prestación, o atinente a actividades susceptibles de causar daños a terceros o a uno de los contratantes, derivados de dicha información, y cuyo contenido es el de poner en conocimiento de la otra parte una cantidad de datos suficiente como para evitar los daños o inferioridad negocial que pueda generar en la otra parte si éstos no son suministrados.”*¹³. (negrillas nuestras)

No erró entonces esta Superintendencia cuando concluyó que la información suministrada no cumplía con los requisitos de veracidad y suficiencia, que le exige la ley cuando no se centró - como pretendiera el recurrente - en la valoración del contrato suscrito pues como se ha expuesto a lo largo del presente acto administrativo, lo que se analiza para establecer si se infringieron o no las normas pertinentes es el mensaje que se transmitió con la información suministrada, que es precisamente el que lleva al consumidor a adoptar la decisión de suscribir el contrato.

Por ello, las cláusulas contractuales no pueden ser alegadas para exonerarse de una información previa, no veraz e insuficiente. Esto reviste especial importancia, pues aquí radica una de las primeras y mayores diferencias entre el tradicional derecho civil de las obligaciones y los contratos frente a las normas de protección al consumidor.

Sobre el particular, esta Superintendencia¹⁴ se pronunció así:

“En cuanto al deber de información, señala el tratadista Le Tourneau: “Maestro de su técnica, él [profesional] conoce los riesgos y peligros, mientras que el adquirente, pobre y profano, no ve sino la apariencia de las cosas”¹⁵. Esto significa que es el productor o expendedor quien tiene la experticia y el conocimiento sobre el bien que se comercializa, mientras que el consumidor actúa con la finalidad de satisfacer necesidades personales, familiares o domésticas, ajenas, en todo caso, a su ámbito profesional¹⁶.”

“Ahora bien, en los contratos que se celebren no pueden dejar de considerarse las razonables expectativas que surgieron en los consumidores con ocasión de la información previa que les fue suministrada, en tanto que su consentimiento emana precisamente de las conversaciones previas a la celebración del contrato¹⁷.”

“Cierto es que el legislador colombiano no señaló de manera expresa –como si lo han hecho legislaciones más modernas– que la información que se suministre de manera previa a la celebración del contrato hace parte de éste, lo cual no es óbice para que se afirme, con claridad meridiana, que en tanto que con la información previa se forja la voluntad del consumidor, ella no puede ser desconocida a la hora de resolver las eventuales discrepancias que, en punto al objeto contractual, surjan entre consumidor y expendedor, aunque a ella no se haga mención expresa en las estipulaciones contractuales.”

“Conviene en este punto enfatizar en la clara divergencia que plantea el derecho del consumo respecto de uno de los tradicionales principios del derecho civil, la sacralidad del contrato¹⁸. Y es que en aras de la debida protección que se debe al consumidor, parte débil de la relación negocial, es imperativo atender no sólo al contenido literal del contrato sino, sobre todo, al razonable entendimiento del consumidor respecto de los aspectos atinentes al contrato que habrá de celebrar.”

“En efecto, al tenor del artículo 14 del decreto 3466 de 1982, principio fundamental que deben respetar los anunciantes, está prohibida la publicidad que induzca a error. Ahora bien, como lo ha sostenido esta entidad en reiterada doctrina, la evaluación de la veracidad y suficiencia de la información se hace desde la perspectiva del consumidor es decir evaluando el mensaje transmitido.”

¹³ LORENZETTI, Ricardo Luis. Consumidores. Rubinzal – Culzoni Editores.

¹⁴ Resolución No. 14756 de 17 de marzo de 2010

¹⁵ P. Le Tourneau, De l'allégement de l'obligation de renseignements ou de conseil, Chronique XIX, Dalloz Sirey, 1987, p. 101.

¹⁶ COLECCIÓN MONOGRAFÍAS ARANZADI. RECLAMACIONES DE CONSUMO. Derecho de Consumo desde la perspectiva del consumidor. THOMSON ARANZADI. Ed. Aranzadi S.A. 2005. Página 56.

¹⁷ Se conoce como *“tratativa”*, esto es, la etapa preliminar del negocio jurídico.

¹⁸ Artículo 1602 Código Civil colombiano: “Todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes, y no puede ser invalidado sino por su consentimiento mutuo o por causas legales”.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

En el mismo sentido, la Corte Suprema de Justicia¹⁹ manifestó:

*“Todo sin perjuicio, porque hace al caso, de la siguiente precisión. La contienda a que se refiere el presente litigio, evoca cómo a menudo **la celebración del contrato no se logra de un solo golpe, sino que está precedida de una serie de aproximaciones, encuentros e intercambios de opiniones y de consultas entre las partes –lo que autoriza a afirmar metafóricamente que el contrato es, desde esa perspectiva, el punto final de los desacuerdos – y que es natural que en dicha fase se puedan presentar situaciones perjudiciales para los contratantes, si es que no ajustan su conducta al secular principio de la buena fe;** y dado que sería cuando menos ingenuo atrapar todas las hipótesis que ofrece la realidad, el legislador prefirió una cláusula general con el fin de permitir al intérprete un criterio elástico de valoración, estatuyendo que las partes “deberán proceder de buena fe exenta de culpa en el período precontractual, so pena de indemnizar los perjuicios que se causen.” (artículo 863 del Código de Comercio).*

*“En verdad, éticamente no hay cómo excluir la buena fe, esa que nadie dudo en exigir en la etapa propiamente contractual, del recorrido que las partes cumplen y transitan previamente, pues desnaturalizada queda cuando se observa a pedazos. De allí, como lo expreso la Corte que “(...) **no se pueda fragmentar, en orden a circunscribirla tan sólo a un segmento o aparte de una frase, por vía de ejemplo: la precontractual – o parte de la precontractual-**” (Sentencia 2 de agosto de 2001).*

*“Así que – y para abordar sin pérdida de momento el punto al que se quería llegar – independientemente de la obligatoriedad de la oferta, cuando la invitación a contratar se realiza por conducto de una publicidad no puede, no debe, descartarse un eventual daño a sus destinatarios y su condigna reparación, si es que publicidad tal no se hace con apego a la sinceridad y seriedad que es de esperarse, de modo de inferir que la confianza del consumidor ha sido traicionada. Nadie discutiría hoy por hoy que al consumidor le asiste el derecho a estar informado, y ojalá bien informado. Ya incluso existen normas positivas que lo requieren sin atenuantes, verbigracia los artículos 20 y 78 de la Carta Política, donde de un lado se confiere rango constitucional al derecho a recibir información veraz y, de otro, se confiere a la ley la misión de controlar la información dada en la comercialización de los bienes y servicios que se ofrezcan al público “deberá ser veraz y suficiente” razón por la cual se prohíben las leyendas y la propaganda comercial que “... no corresponda a la realidad, así como las que induzcan o puedan inducir a error respecto de la naturaleza, origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las características, las propiedades, la calidad, idoneidad o la cantidad de los bienes o servicios ofrecidos”, disponiendo en consecuencia, que todo productor “... Es responsable por las marcas y leyendas que exhiban sus productos (bienes y servicios), así como por la propaganda comercial de los mismos, cuando su contenido no corresponda a la realidad o induzca a error al consumidor”; y se prevé, además, que para la correspondiente indemnización de perjuicios, los afectados puedan recurrir a los trámites previstos para el proceso verbal consagrado en el Título XXIII del código de procedimiento civil, con las adiciones procesales que en dicho estatuto se establecen, **todo lo cual puede válidamente ubicarse en la fase precontractual, por cuanto ésta comprende, reiterase, un conjunto de relaciones y de contactos entre las partes, cuya relevancia puede ser diversa, según el avance de la negociación (con el nacimiento eventual de una relación vinculante) y no solamente la oferta, como una etapa de mayor acercamiento entre los interesados.**”.*

La doctrina argentina expuesta por el tratadista Ricardo Luis Lorenzetti ha estudiado el tema de la responsabilidad precontractual en el derecho del consumo, partiendo de las tratativas previas a la relación de consumo, en la que claramente intervienen aspectos relacionados con el deber de informar, el derecho a recibir una información veraz y el principio de la buena fe. Lo anterior, por cuanto la responsabilidad derivada de la etapa precontractual de los contratos parte de una oferta y su consecuente aceptación, pero afirmar que sólo esas conductas son sancionables, significaría desconocer que en las tratativas previas a la aceptación – sin arribar al vínculo contractual – se pueda causar un daño a los potenciales consumidores.

“El modelo “oferta – demanda” dio origen al tratamiento de la responsabilidad precontractual como una negociación entre iguales que debía ser protegida (...). La responsabilidad precontractual clásica se basó en la legitimación de éstos comportamientos y en la libertad de negociar de cualquier modo, porque no hay obligación consensualmente creada (...). La responsabilidad precontractual actual establece límites basados en una ética de la negociación cooperativa y en la buena fe genérica.²⁰”.

¹⁹ Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil, Magistrado Ponente: Manuel Ardila Velásquez, Sentencia de 13 de diciembre de 2001, proferida dentro del expediente No. 6775.

²⁰ *Ibidem*

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

Con lo anterior es claro que la obligación de informar en debida forma y con observancia de las normas constitucionales y legales no se contrae únicamente al momento de la negociación; tal obligación debe observarse en todas las etapas, las previas y las posteriores a la celebración del contrato. Y es que el proveedor y/o productor está en la obligación de precisar todos aquellos aspectos que le permiten al consumidor tomar una decisión de compra, pero de igual manera durante el desarrollo del contrato e incluso en la etapa posterior a su perfeccionamiento dicha obligación se mantiene. Han manifestado las Altas Cortes que el deber de información se mantiene en lo relativo a todos los aspectos necesarios para la utilización del bien o servicio que se adquiere o desea adquirir, aspectos que incluyen el servicio de posventa, repuestos, etc.

En este orden de ideas, el propósito de la investigación no se puede contraer a la valoración de las estipulaciones contractuales; ellas podrían ser valoradas para verificar si el mensaje transmitido con la información previa a la suscripción del contrato se ajustaba a dichas cláusulas, lo que no ocurrió en el caso en el estudio.

Igualmente, es preciso indicar que la sola potencialidad de inducir a error prevista como conducta reprochable en el artículo 14 del Decreto 3466 de 1982, encuentra asidero en el hecho de que la decisión de compra de los consumidores se puede ver afectada, aunque no se adquiriera el producto.

De otro lado, el argumento de que los consumidores acudieron a esta vía para evadir el pago de sus obligaciones, resulta irrelevante, pues – se reitera – la entidad de control efectúa a partir de una queja recibida, un análisis objetivo respecto de las piezas publicitarias, y no se adentra en el eventual incumplimiento de las condiciones pactadas, para lo cual no es competente.

En tal sentido, estos cargos tampoco están llamados a prosperar.

3.5. Proporcionalidad de la sanción

Argumentos del recurrente

El recurrente, afirma que no es suficiente motivar la conclusión de que había una conducta sancionable, sino que también es necesario motivar la dosificación de la sanción, por lo que se debía evaluar la gravedad de la conducta del infractor, comparar toda la tipología de sanciones junto con el supuesto de hecho de las normas que las consagran.

Consideraciones del Despacho

En punto a la proporcionalidad de la sanción considera la Superintendencia que la multa impuesta es la adecuada en relación con la gravedad de la infracción cometida, en tanto que la sanción es la consecuencia de la inobservancia de una norma, y en nada tiene relación con el monto de los bienes y/o servicios objeto de la negociación, por cuanto lo único que atiende son las condiciones de tiempo, modo y lugar en que se configuró la infracción.

Como la ley²¹ lo dispone, la multa puede graduarse entre uno y cien salarios mínimos legales mensuales vigentes. Siendo que solo se impuso una multa por cuarenta salarios mínimos, considera este Despacho que es proporcionada a la clase de infracción que se sanciona.

Como lo ha sostenido el H. Consejo de Estado,

“El cargo de violación al principio de proporcionalidad, que hizo consistir el actor en el hecho de que la administración impuso la máxima sanción permitida en la Ley, haciendo uso arbitrario de su facultad sancionatoria mediante la determinación infundada de que Almacenes Éxito incurrió en la falta más grave que

²¹ Artículo 32 del Decreto 3466 de 1982.

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

puddere cometer, tampoco está llamado a prosperar, pues si bien las sanciones impuestas se ubican dentro de los montos máximos establecidos por la ley, de conformidad con los artículos 24 letra a) y 32 del Decreto 3466 de 1982 y el numeral 5 del artículo 2º del Decreto 2153 de 1992 no por ello resultan desproporcionadas pues para efectos de su imposición, según se infiere del contenido de los actos acusados, se analizaron concienzudamente tanto las conductas desplegadas como las explicaciones dadas por el investigado a la luz de las disposiciones consagradas en el Decreto 3466 de 1982.

“Por lo demás, debe tenerse en cuenta la importancia que tiene Almacenes Éxito en el ámbito comercial, de ahí la obligación de actuar conforme a la Ley y no generarle a los consumidores expectativas falsas y engañosas para mantenerse como una buena alternativa para éstos a la hora de realizar las compras.

“Finalmente, cabe resaltar que el empleo de propaganda engañosa para inducir al consumidor a adquirir un producto merced a un incentivo que no existe, comporta abierta transgresión a los principios de confianza legítima y de buena fe, lo cual resulta inexcusable cuando proviene de una empresa que en el sector de hipermercados ocupa un lugar destacado en las preferencias de consumo de los colombianos”.²².

Como puede verse, la sanción ha sido proporcionada al acto, razón por la cual la providencia en este punto también se confirmará.

En mérito de lo expuesto, este Despacho

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO. Confirmar la decisión contenida en la Resolución No. 412 del 18 de enero de 2010, por las razones expuestas en la parte motiva de esta resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar personalmente el contenido de este acto administrativo al doctor Augusto Paez Tovar, identificado con la cédula de ciudadanía No. 17.122.449, en su condición de apoderado judicial, o a quien haga sus veces, de la sociedad NLC Editores S.A. con Nit. 830.025.740-1, entregándole copia de la misma e informándole que contra la presente resolución no procede recuso alguno.

ARTÍCULO TERCERO: Comunicar el contenido de esta resolución al señor Jhaydar Ali Schet Salcedo, identificado con cédula de ciudadanía No. 76.045.515, la señora Carolina Isabel Carrillo Hortúa con cédula de ciudadanía No. 35.197.352, el señor John Fredy Triana con cédula de ciudadanía No. 80.770.906, el señor Carlos Andrés del Castillo García con cédula de ciudadanía No. 80.771.852, el señor Luis Alberto Jiménez Franco con cédula de ciudadanía No. 16.704.718, la señora María Aurora Barón Hurtado con cédula de ciudadanía No. 39.771.900, el señor José Hernán Siabato Benavides con cédula de ciudadanía No. 80.048.857, el señor Edison Jaramillo con cédula de ciudadanía No. 16.733.578 y la señora Francly Elena Salgado López con cédula de ciudadanía No. 30.325.834, en su calidad de reclamantes.

COMUNÍQUESE, NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D. C., a los

La Superintendente Delegada de Protección al Consumidor y Metrología,

MARÍA TERESA PINEDA BUENAVENTURA

²² Consejo de Estado. EXPEDIENTE NÚMERO 689-01 DE 2005. CONSEJERA PONENTE: DOCTORA MARÍA CLAUDIA ROJAS LASSO. DIEZ (10) DE MARZO DE DOS MIL CINCO (2005).

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

**Notificación.-
Investigada**

Sociedad: NLC Editores S.A.
Identificación: NIT: 830.025.740-1
Apoderado Especial: Augusto Paez Tovar
Documento de identidad: C.C. 17.122.449
Dirección: Calle 67 No. 7 – 57 Of. 503
Ciudad: Bogotá D.C.

**Comunicación
Reclamantes**

Señor: Jhaydar Ali Schet Salcedo
Identificación: C.C. 76.045.515
Dirección: Calle 23 No. 19 – 64
Br. Puerto Tejada
Ciudad: Cali - Valle

Señora: Carolina Isabel Carrillo Hortúa
Identificación: C.C. 35.197.352
Dirección: Carrera 10 No. 6 – 90
Conjunto La Pradera Casa No. 100
Ciudad: Bogotá D.C.

Señor: John Fredy Triana
Identificación: C.C. No. 80.770.906
Dirección: Carrera 7 No. 13 – 65 Of. 302
Ciudad: Bogotá D.C.

Señor: Carlos Andrés del Castillo García
Identificación: C.C. No. 80.771.852
Dirección: Calle 74 No. 15 – 80 Int. 2 Of. 307
Ciudad: Bogotá D.C.

Señor: Luis Alberto Jiménez Franco
Identificación: C.C. No. 16.704.718
Dirección: Transversal 25 No. D26 – 117
Br. Villanueva
Ciudad: Cali - Valle

Señora: María Aurora Barón Hurtado
Identificación: C.C. No. 39.771.900
Dirección: Carrera 13 A No. 3 – 78
Serrezuela
Ciudad: Madrid - Cundinamarca

Señor: José Hernán Siabato Benavides
Identificación: C.C. No. 80.048.857
Dirección: Carrera 50 A No. 50 – 23 Sur
Br. Venecia
Ciudad: Bogotá D.C.

Señor: Edison Jaramillo
Identificación: C.C. No. 16.733.578
Dirección: Carrera 32 A No. 35 - 46
Ciudad: Cali - Valle

Señora: Francy Elena Salgado López
Identificación: C.C. No. 30.325.834
Dirección: Carrera 69 L Bis No. 64 C - 20
Ciudad: Bogotá D.C.

MTPB/agj